

الاتحاد العام لنقابات عمال مصر
لمؤسسة الثقافية العمالية

الإعلام العمالي

بين

النظرية والتطبيق

د. محمد معوض
رئيس شعبة الإعلام
بالجامعة العمالية



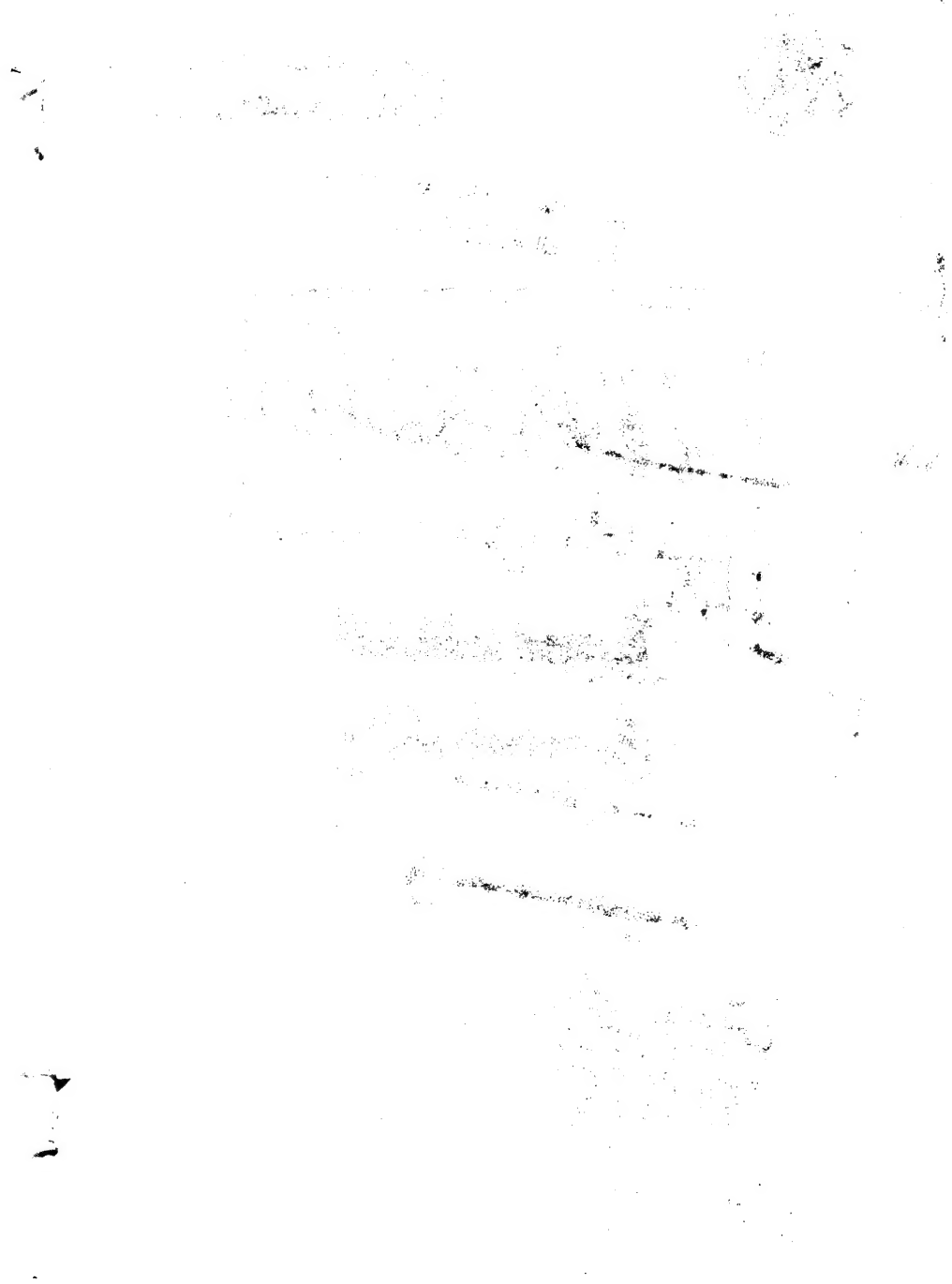
الاتحاد العام لنقابات عمال مصر
المؤسسة الثقافية العمالية

الإعلام العمالي

بين

النظرية والتطبيق

د. محمد معوض
رئيس شعبة الإعلام
بالجامعة المصرية



بسم الله الرحمن الرحيم

(إليه يصعد الكلم الطيب والعمل الصالح يرفعه)

صدق الله العظيم

الاهداء

إلى عمال مصر وصناع الحياة على أرضها
بكل الحب أهدي هذا الكتاب

د . محمد معوض

﴿ بسم الله الرحمن الرحيم ﴾

تقديم

الحمد لله الذى بفضلہ تتم الصالحات ، وفقنا لتقديم سلسله من الكتب فى مختلف فروع العلم وآفاق معرفه بالتعاون مع المركز الأفريقى الأمريكى للعمل .

وإيماننا من المؤسسة الثقافية العمالية ، الجناح التثقيفى للحركة النقابية المصرية برسالتها لنشر الوعى الثقافى والفكرى وتنميته لدى جماهير العمال واعترافا بالدور الهائل والمتزايد والسريع والمتطور للإعلام عامة والإعلام العمالى بصفة خاصة نقدم هذه الدراسة « الاعلام العمالى بين النظرية والتطبيق » ضمن سلسلة الكتب التى تعدها الجامعة العمالية مع المركز الأمريكى الأفريقى للعمل ، وتستهدف هذه الدراسة تقديم مادة علمية متكاملة قدر الامكان حول الاعلام العمالى بكافة قنواته ووسائله لتسهم إسهاما متواضعا الى جانب سلسلة الكتب الأخرى التى قدمها المتخصصون فى موضوعات شتى لتشبع جانبنا من الاحتياجات التثقيفية للطبقة العاملة وقياداتها النقابية لتأهيل القاعدة المعرفية والعلمية الأساسية للاعلام العمالى وأرجو أن تتحقق الأهداف المرجوه من خلال هذا الكتاب الذى يعتبر بحق ثمرة غالية لجهد وفكر صاحبها الذى يرأس شعبة الاعلام بالجامعة العمالية ويجمع فيها بين الدراسة الأكاديمية والخبرة العملية ، وإذ أقدم هذا الكتاب لجماهير العمال أرجو أن نكون قد وفقنا ولو بقدر فى سعيانا الدائب لاشباع احتياجات الطبقة العاملة التثقيفية والمعرفية وأن ندعم المكتبة العمالية بالدراسات الجادة التى تفتقر إليها .
والله نسأل التوفيق والسداد ؟

د . عماد الدين حسن

نائب رئيس الجامعة العمالية





مقدمة للكتاب

هذا الكتاب جديد في مضمونه ومادته ولعل أول كتاب شامل يتناول الاعلام العمالي بمنهج وأسلوب يتفق مع أصول التدريس بالجامعة العمالية .

ومن أبرز اجتهادات هذا الكتاب تأجيل النقاط

التالية :-

أولا :

تأكيد أن الاعلام العمالي جزء من حركة الاعلام العام في المجتمع يتأثر به ويؤثر فيه . انطلاقا من أن الاعلام العمالي ظاهرة اجتماعية تضرب بجذورها في جميع مراحل تطور المجتمعات وعلى مر العصور الأولى وحتى العصر الحديث طالبا وجدت الأيدي العاملة وأصحاب الأعمال والحكومات .

ثانيا :

اعطاء التوازن بين وسائل الاعلام العمالي الثلاثة المقروءة والمسموعة والمرئية وتأكيد أهمية التكامل بين هذه الوسائل فيما بين جماهير العمال وارتباطها بالتنمية الشاملة وزيادة الانتاج والانتاجية .

ثالثا :

اعتماد الكتاب على مجموعة ممتازة من المراجع والمصادر العديدة والمتنوعة ومنها عدد من البحوث والدراسات الميدانية قام المؤلف بتحضير بعضها مما يضيف على

الكتاب قيمة علمية أكثر ويتيح للقارى الراغب فى التوسع
فرصة لمزيد من الاطلاع فى هذا المجال .

هذا وقسم المؤلف الكتاب إلى جزئين رئيسيين
جاء الجزء الأول كمدخل لموضوع الكتاب شرح فيه المؤلف نشأة
وتطور الاعلام العمالى ومدى ارتباطه بالاعلام العام منذ ظهور
المطبعة والراديو والصور المتحركة من خلال الافلام على اختلافها
ثم التليفزيون والفيديو كما أشار فيها الى الاتصالات الفضائية
وشبكاتها العالمية .

وفى الجزء الثانى قدم المؤلف عرضا تحليليا
موفقا لنشأة وتطور وسائل الاعلام العمالى بالتفضيل بدئنا
بالصحافة العمالية والمطبوعات وأنواعها ودورها ثم البرامج
العمالية فى الأذاعة والتليفزيون وتصنيفها ومعدل الاستماع اليها
بين جماهير العمال ومدى الاستفادة منها وأنسب الوسائل
لانتاجها وأهدافها مع الاشارة الى الوسائل الصغيرة وأهميتها
فى تحقيق ديمقراطية الاتصال فيما بين جماهير العمال
لتفاعلهم معها ومشاركتهم فيها .

وأشار المؤلف فى ختام الكتاب الى أهمية وسائل
وأساليب الاتصال فيما بين جماهير العمال سواء كانت مباشرة
أو غير مباشرة ومدى ارتباطها بالتنمية الشاملة وزيادة الإنتاج .
وأكد المؤلف أن خير وسيلة للاتصال الناجح هى الجمع بين
وسائل الاتصال الاعلامى وأساليب الاتصال الشخصى للوصول الى



احمد يوسف القرعيسى

نائب مدير تحرير مجلة السياسة الدولية بالاهرام
ورئيس تحرير مجلة الثقافة العمالية



...the ...
...the ...
...the ...
...the ...

...the ...
...the ...
...the ...

...the ...
...the ...
...the ...

...the ...
...the ...
...the ...

...the ...
...the ...
...the ...

لاتزال مجالات الاعلام عامة والاعلام العمالي بصفة خاصة بحاجة الى جهود الباحثين لارتياحها ودعمها وتزويدها المكتبة العربية والعمالية بصفة خاصة بها ونعلم أن الدراسات الاعلامية لاتزال قليلة العدد ١٣١ قورنت بالدراسات في المجالات الأخرى .

ويلقى الكتاب الذي بين يديك الضوء على الاعلام العمالي الذي يعتبر جزءا من حركة الاعلام العام في المجتمع يتأثر به ويؤثر فيه ، وهو من القضايا التي تثار حولها جدل طويل في الفترة الماضية على كل المستويات بين ذوي الخبرة من المختصين والباحثين والأكاديميين لأهمية دوره في المجتمع ، وتستهدف هذه الدراسة لقاء الضوء على الاعلام العمالي وعلاقته بالاعلام العام وأنواعه ووسائله ودوره في المجتمع ، ولما كان الاعلام العمالي ظاهرة اجتماعية تضرب بجذورها في جميع مراحل تطور المجتمعات وعلى مر العصور الأولى وحتى العصر الحديث طالما وجدت الأيدي العاملة وأصحاب الأعمال والحكومات ، ولهذا كان لنا أن نشير الى نشأة وتطور الاعلام العمالي ومدى ارتباطه بالاعلام العام منذ ظهور المطبعة والراديو والصور المتحركة من خلال الأفلام على اختلافها ثم التليفزيون والفيديو ، ثم أشرنا الى الاتصالات الفضائية وشبكاتها العمالية ، ثم تناول الجزء الثاني نشأة وتطور وسائل الاعلام العمالي بالتفصيل بدءا بالصحافة العمالية والمطبوعات وأنواعها ودورها ثم البرامج العمالية في الاذاعة والتليفزيون وتصنيفها ومعدل الاستماع اليها بين جماهير العمال ومدى الاستفادة منها وأنسب الوسائل لانتاجها وأهدافها ثم أشرنا الى الوسائل الصغيرة لأهميتها في تحقيق ديمقراطية الاتصال فيما بين جماهير العمال لتفاعلهم معها ومشاركتهم فيها لملائمتها لهم خاصة ونعلم أن البناء الحالي لوسائل الاعلام لايفي بكافة احتياجاتهم واهتماماتهم .

وفي ختام هذه الدراسة أشركنا إلى أهمية تكامل وسائل وأساليب الاتصال فيما بين جماهير العمال سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة (إعلامية) ومدى ارتباطها بالتنمية الشاملة وزيادة الانتاج والانتاجية .

وختمنا لأدعى الكمال فيما قدمته وانما هي محاولة أرجو أن تسد بعض الفراغ في المكتبة العربية عامة والمكتبة العمالية بصفة خاصة أملا أن تكون بداية لمزيد من الدراسات في هذا المجال الحيوي والهام وأرجو أن يكون في نشر هذه الدراسة مايزيدنا ايمانا فوق ايمان بأهمية دور الاعلام العمالي في تحقيق التنمية الشاملة وزيادة الانتاج والله ولي التوفيق

د. محمد معوض

الجامعة العمالية

يناير ١٩٩١

الجزء الأول مدخل للاعلام العمالي

مدخل للاعلام العمالي

تمهيد :

شاع استخدام مصطلح (الاعلام العمالي) في حضارة العصر
مما خبا للتطور الذي حدث في قطاع العمل والعمال ، وهو من القضايا
الهامة التي أثير حولها جدل طويل في الفترة الماضية على كـ
المستويات الوطنية أو العالمية ، وبين الخبراء والمختصين والاكاديميين
، وذلك لأهمية دوره في المجتمع ، وارتباطه بقضايا الانتاج والتنمية
والتقدم .

بين الاعلام العمالي والاعلام العام :

يعتبر الاعلام العمالي جزءا من الاعلام العام ، وهو نشاط
اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي بدءا بالقائـم
بالاتصال Communicator الذي يبادر بارسال المعارف والانبياء
والمعلومات أو يقوم بتفسيرها ، أو تحليلها ، أو التعليق عليها ، وابداء
الرأى فيها وتشكل ما يعرف بالرسالة الاعلامية Message ، ونعني
بها كل معنى أو فكرة يسعى القائم بالاتصال الى توصيله لجمهوره
المستهدف من العمال وغيرهم ، وتعتبر محورا أساسيا لنشاطه
ويتطلب عمله فهما كاملا لطبيعة جماهير العمال ، أو غيرهم ممن
توجه اليهم الرسالة الاتصالية وخصائصهم المختلفة والمتنوعة كالسن
والجنس والنوع والدين والمستوى التعليمي والثقافي ومكان الإقامة
ومستوى المعيشة الخ ذلك من خصال أو خصائصهم النفسية
والاجتماعية كمستوى تطلعاتهم وأمانيتهم وحاجاتهم وميولهم واهتماماتهم
 وأنماطهم الاجتماعية الخ .

وتساعده في تقديم الرسائل الفعالة واختيار أنسب الوسائل
الاتصالية التي يستخدمها في نقلها وتوصيلها بكفاءة الى جمهوره
المستهدف من العمال وغيرهم ، ويتوقف نجاحه على مدى وصوله الى
جمهوره المرتقب .

بالوسيلة المناسبة والاسلوب الملائم ويتم اختيار هذه الوسيلة
أو ذلك الاسلوب الملائم لمجموعة من المعايير الموضوعية التي
تناسب طبيعة جماهير العمال بشكل خاص ، أو الجمهور
المستهدف بشكل عام ، أو طبيعة الرسالة ونوعها (١) ، ويترتب
على هذا النشاط ، وتلك الجهود الاتصالية تأثيرات Effects
الرسالة مختلفة ومتباينة ، منها ما هو مستهدف أو مقصود
يسعى اليه القائم بالاتصال ، أو غير مستهدف لا يبتغيه ولا يسعى
اليه ، والرسالة الاعلامية الواحدة يمكن أن تكون لها آثارها
المتعددة الايجابية أو السلبية ، الظاهرة أو الكامنة ، العاجلة
أو الآجلة ، فقد يقرأ العامل خبراً أو مقالاً أو موضوعاً ويتابع
برنامجاً اذاعياً أو تليفزيونياً ، أو يشاهد فيلماً سينمائياً لمجرد
شغل وقت فراغه ، ويهدف التسلية والامتناع وتحقق له الرسالة
هذا الهدف ، ويكون لها أهدافاً أخرى يسعى اليها القائم
بالاتصال ، كأن يزوده بالمعارف والمعلومات والانباء ، وقد
يكون لهذه الانباء والمعلومات تأثيراتها المختلفة فقد تثيره
وتشبع حاجاته واهتماماته المعرفية أو الوجدانية أو المهارية
... الخ ، وقد تكون سبباً في مضايقته وتوتره ، ويمكن
أن تفيده وتساعده عند اتخاذ قرار في أمر يهمه أو قضية تشغله
أو مسألة تعوزه ، وهكذا تتنوع تأثيرات الرسالة الاتصالية وتتعدد
أهدافها (٢) .

ولكي يتحقق هدف القائم بالاتصال ، لابد أن يضع في
اعتباره في المقام الاول جمهوره المستهدف من العمال وغيرهم
ولهذا تعتبر دراسة الجمهور هي البداية الصحيحة والسليمة لأي
اتصال اعلامي فعال ، وحتى تكون المواد المقدمة ، والرسائل
الموجهة موضع اهتمام الجمهور ، لأنها من ظروفهم معبرة عن
وجهات نظرهم ، محققة لرغباتهم وميولهم وحاجاتهم ، كما يضع
في اعتباره الموقف الذي تتم في حينه عملية
الاتصال ، كالظروف البيئية التي يعمل في اطارها كبيئة العمل وكل
المتغيرات التي يكون لها دورها في تحقيق الاتصال الفعال فلا

يمكن تصور أى تأثير للقائم بالاتصال معزولا أو بعيدا عن الاطار الثقافي والاجتماعى أو الموقف الذى تتم فى حينه .

أنواع الاعلام العمالى :

يتنوع الاعلام العمالى تنوعا شديدا طبقا للعديد من المتغيرات المرتبطة به كمنشأ اتصالى ، كالقائم بالاتصال المسئول عن ، والذى يتولى اعداد رسائله الاعلامية التى يستهدف توصيلها الى المستقبل ونوع هذه الرسائل ومحتواها ، كما يتنوع بتنوع الوسائل المستخدمة من صحافة واذاعة وسينما وتليفزيون ٠٠٠٠ الخ ، وطبقا للمستقبل الذى توجه اليه الرسالة الاعلامية ، وكذلك يتنوع طبقا لأهدافه التى يسعى اليها ، الا اننا لابد أن نقرر بداية أن الاعلام العمالى يتميز فى كل حالاته بارتباطه الوثيق بالعمال ، وتزداد أهميته كلما ازداد المجتمع تطورا وتعقيدا ، وسأحاول توضيح أنواع الاعلام العمالى المتعددة ، فى ضوء مانعاشه من أنماط ، وفى اطار خبرتى وعملى ، ومسئوليتى كأول متخصص فى الاعلام عن شعبة الاعلام العمالى بالجامعة العمالية ، ودراستى المتخصصة والأكاديمية لفنون الاعلام على الوجه التالى :

أولا : الاعلام الموجه إلى العمال :

وهم فى هذه الحالة مستهدفون من جهات كثيرة ومتنوعة لها وسائلها الاعلامية المتباينة مطبوعة أو مسموعة أو مرئية ومنها الحكومة ، أو احدى وزاراتها أو هيئاتها التابعة لها ، فمثلا تصدر جمعية نشر الثقافة التابعة لوزارة العمل (مجلة العمل) متخصصة فى قضايا العمل والانتاج والتربية ومنذ أكثر من ثمانية وعشرين عاما ، ويرأس مجلس ادارتها وزير القوى العاملة وكذا البرامج العمالية التى تقدمها شبكات الاذاعة المصرية وقنوات التليفزيون القومية أو المحلية ، والمطبوعات التى تصدرها

الهيئة العامة للاستعلامات ، وكذا المواد الاعلامية التي تنتجها
لتخاطب العامل المصرى الخ .

أوماتوجه أجهزة الاعلام غير الحكومية ، كالصحف القومية أو الحزبية
من وسائل الى العمال ، او الاعلام الصادر من هيئات أو منظمات تعنى
بشؤون العمل والعمال على مختلف المستويات الداخلية أو الخارجية
ومنها على سبيل المثال الاعلام الصادر عن مكتب العمل العربى
ومنظمة العمل الدولية ، والمركز الافريقى الأمريكى للعمل الخ ،
أو الاعلام الصادر عن العمال أنفسهم فى مواقعهم الانتاجية أو الخدمية
أو عن تنظيمااتهم النقابية على اختلاف مستوياتها بدئاً باللجنة النقابية
ثم النقابات العمالية العامة فالاتحادات المحلية فالاتحاد العام للنقابات
العمال ، فاتحاد العمال العرب فالاتحادات الدولية الخ .

وقد يكون الاعلام الموجه للعمال صادراً عن احدى الهيئات التى
تتبع الاتحاد العام لنقابات عمال مصر كالاتحاد الصادر عن المؤسسة
الثقافية العمالية ، باعتبارها الجناح الثقافى للحركة العمالية المصرية
مطبوعاً كالمنشورات والدوريات التى تصدر عنها ، ومنها مجلة
الثقافة العمالية ، أو مسموعاً كالشرائط المسجلة التى يتم توزيعها
على مراكز الثقافة العمالية ومعاهدها وجامعتها بهدف بثها على
جماهير العمال الذين تخدمهم ، أو مسموعاً مرئياً كالأفلام أو الشرائط
المصورة التى تنتجها فى المناسبات المختلفة .

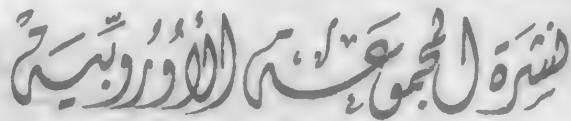
وقد تكون مسئولية الاعلام الموجه لجماهير العمال مسئولية مشتركة بين
أكثر من جهة ، كالتعاون بين المؤسسة الثقافية العمالية باعتبارها
الجناح الثقافى للحركة العمالية المصرية وهيئة الاذاعة ، وخاصة
شبكة المحليات ومن ثمرته العديد من البرامج الاذاعية ، ومنها
على سبيل المثال (صناع بلدنا) .

ومكدا يتنوع الاعلام الموجه لجماهير العمال طبقاً لمصدره أو
الجهة التى تتحمل مسئولية أو تملكه .

النتقابي العربي



السنة الرابعة والعشرون



مطابقة المواصفات

1941

(بعض نماذج لأغلفة المطبوعات الإعلامية الصادرة عن الهيئات والمنظمات العربية والدولية)

ثانيا : الاعلام العمالي الموجه إلى الرأي العام : على المستوى

الداخلي أو القومي ، أو العالمي ، وقد يكون موجهاً من العمال من مواقع عملهم ، أو تنظيماً للنقابات على اختلاف مستوياتها ، إلى الرأي العام ، كان يوضح العمال وجهه نظرهم في قضية لأصحاب العمل أو يعبرون عن موقفهم في قضية معينة للرأي العام الذي تعتمد عليه السلطة التشريعية أو يطالبون الأجهزة المختصة أو المسئولة بحقوق عمالية ، أو لخلق علاقات مهنية سليمة الخ .

دور شعبة الاعلام العمالي :

ولتحقيق هذه الاهداف نلاحظ نقص الكوادر العمالية الاعلامية التي تقع على كاهلها مسئولية الاعلام العمالي الموجه من العمال إلى جماهير العمال ، في المواقع الانتاجية أو الخدمية ، أو التنظيمات النقابية ، أو الموجه من العمال إلى الرأي العام سواء على المستوى الداخلي والخارجي ، وإبلاغ صوت العمال لأصحاب الاعمال ، أو للسلطة التشريعية ، وللرأي العام الذي تعتمد عليه السلطة التشريعية ، أو للرأي العام القومي أو العربي أو العالمي أو المسئولين أو المختصين بهدف خلق علاقات مهنية سليمة الخ (٣) .

الامر الذي اقتضى ضرورة الاهتمام باعداد الكوادر الاعلامية من العمال لتحمل هذه المسئولية ، الامر الذي حدى بالجامعة العمالية التي تعتبر تجسيدا حيا لقمة الفكر العلمي في الثقافة العمالية ، تخصيص شعبة للاعلام العمالي من خلال احد مراكزها ، (مركز الدراسات النقابية) مستهدفة تخريج الكوادر العمالية والنقابية المتخصصة في مجال الاعلام العمالي ، وتأكيد تواجده على خريطة الاعلام الداخلي أو القومي أو الخارجي ، سواء من خلال أجهزته الخاصة ، أو من خلال أجهزته الاعلام العامة (٤) ، كما تستهدف الشعبة بالاضافة إلى اعداد

مبنى الجامعة العالية



نشاط شعبة
الاعلام العالي



الكوادر العمالية والنقابية فى مجال الاعلام العمالى اجراء البحوث والدراسات الاعلامية ، لتكون فى متناول التنظيمات النقابية والاجهزة التابعة لها ، والتي تستهدف استمرارية تطوير اساليب الاتصال الاعلامى بمختلف قنواتها ، والحلقات المتصلة بها ، بهدف تكوين رأى عام مستنير على مستوى التجمعات العمالية ، أو على مستوى الرأى العام ، كما تعكس صورة العامل المصرى الحقيقية والتعرف على دور الاعلام العمالى ومهامه فى كافة قضايا العمال والانتاج ، وبدات الشعبة عملها مع بداية العمل فى الجامعة العمالية عام ١٩٨٤ / ١٩٨٥ .

دراسات مسائية فى الاعلام النقابى والصحافة العمالية :

واذا رجعنا لفترات سابقة نجد اهتمام المؤسسة الثقافية العمالية باعتبارها الجناح الثقافى للحركة العمالية المصرية ، حيث نظمت دراسات مسائية فى عدة تخصصات من بينها الاعلام النقابى والصحافة العمالية ، وذلك خلال المدة من أواخر عام ١٩٧٥ وحتى ١٩٧٧ خرجت العديد من الكوادر التى استفادت منها الصحافة العمالية آنذاك ، وقد استهدفت هذه الدراسات المسائية تزويدهم بالعارف والمعلومات ، والقدرات الفنية فى مجالات الصحافة العمالية بهدف اسهامهم فى التعبير عن حقيقة الفكر العمالى ، واحتياجاته على مختلف المستويات .

انواع الاعلام العمالى الموجه إلى العمال (Workers Information) :

من جهة أخرى يمكن تصنيف الاعلام العمالى طبقاً للجمهور المستهدف من العمال ، فهناك عمال الصناعات المتنوعة كالصناعات الهندسية والصناعات الغذائية والغزل والنسيج والصناعات البترولية والكيمياوية وعمال الزراعة والرى والمناجم والمهاجر وعمال التجارة والبناء والأخشاب والسكك الحديدية والعاملين فى مجالات النقل البرى والبحرى والجوى والصحافة والطباعة والاعلام والسياحة والفنادق والمرافق

العامة والخدمات الصحية والتعليمية والبريد والبرق والهاتف والبنوك والتأمينات الخ ذلك من فئات جماهير العمال المهنية المتنوعة ، وقد يكون هذا الجمهور المستهدف على المستوى المحلي (المصنع - القرية) ، وقد يكون على المستوى الوطني أو القومي أو العربي أو الدولي .

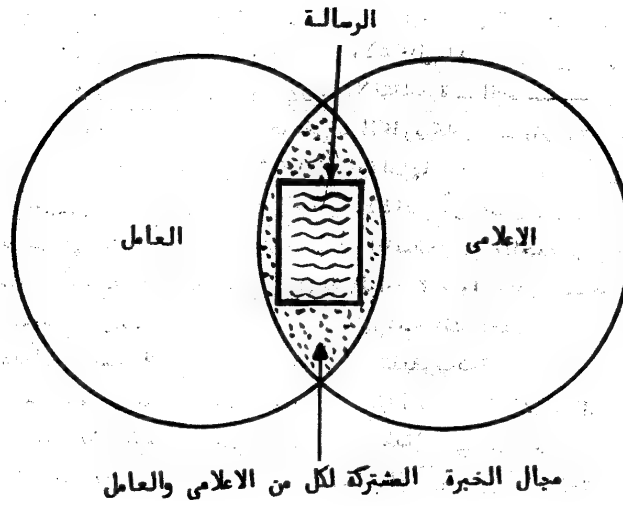
وسائل الاعلام العمالي :

ويمكن تصنيف الاعلام العمالي طبقا للوسائل المستخدمة في تبليغ وتوصيل رسائله ، ونعلم أن قدرة هذه الوسائل الاقناعية تختلف من وسيلة لأخرى ، فلكل وسيلة مقدرة على الاقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل ، ومنها المقروء أو المطبوعة ، وتعد أقدمها وتشمل مايشغل حيزا مكانيا ، وتعتمد على الكلمة أو الرسم أو الرمز المطبوع ، كالكتيب أو الكتيبات أو المنشورات ، أو الدوريات Periodicals ، كالمصحف Newspapers والمجلات Magazines ومنها ماهو عام يختص بجماهير العمال جميعا ، ومنها ماهو متخصص بعمال مهنة معينة ، وتصدر الدوريات في فترات متعاقبة ، ومنظمة ، وبأعداد وأجزاء مستتالية ، وتحت عنوان واحد ، ويحمل كل عدد منها رقما مسلسلا ، ومكملا لأعدادها السابقة ، ويحتوي كل عدد منها على معلومات وموضوعات متنوعة ومتباينة من مصادر مختلفة ، حررت بأقلام وتحت أسماء متعددة ، متخذة أشكالاً وقوالب كثيرة ومتنوعة بتنوع موضوعاتها وحداثة معلوماته ، سواء في أخبار News ، أو معالم Features سواء في شكل تحقيقات أو أحاديث ، أو تعليقات ، أو جهات نظر أو مقالات أو أعمدة الخ ، لتقدم الصور الذهنية والفكرية والوجدانية لجماهير العمال ، وتفسر لهم المعاني التي تجول في خاطرهم وخيالهم ، وتبسط لهم كل التصورات ، وتقدمها في شكل كلمات أو رموز أو رسوم مطبوعة ، لتصبح أبقي وأخلد ألوان الفكر والثقافة وهناك الوسائل السمعية كالراديو والكاسيت والاسطوانات ، وهي وليدة القرن العشرين ، وتخطب الأذن ، عن طريق ماتقدمه من

مضمون ، تجسد مبادئها وأفكارها في مسامح تتكون من الصوت
كالكلمات كما في الأحاديث أو المحاورات أو المناقشات ثم المؤثرات
الصوتية التي تستخدم في الدلالة على المكان أو الزمان أو الحالة
النفسية أو كنفقات برامجية ٠٠٠٠ الخ .
ومنها على سبيل المثال دقائق الساعة وأزيز الطائرات ، شققة العاصف
وصوت الرعد ، أو العواصف ، والرياح ، أو أصوات الماكينات
ومعدات الانتاج ٠٠٠ الخ ، ثم الموسيقى ، كعنصر هام يخاطب
الوجدان ، وتجعل البرامج الإذاعية أو المسموعة يسيرة على النفس
لايمل الانسان من سماعها .

ثم هناك الوسائل المسموعة والمرئية التي تخاطب كلا من السمع
والبصر عمدتي الحواس الإدراكية ، ومنها الأفلام على اختلاف أنواعها
والتلفزيون بمختلف أنماطه السلكية والاشعاعية ، والفيديو سواء كان
مسجلا على شرائط فيديو VTR أو اسطوانات فيديو Video discs
وتختلف الوسائل السمعية والبصرية بين المتناهي في الواقعية
كالتلفزيون والسينما ، وماتغلب عليه الرمزية كما تلاحظ في أحدث
وسائل الاتصال السمعية البصرية ، كالفيديو تيكس و التليتكس ، والتي بدأت
خدماتها في الانتشار وتحت مسميات عديدة ، وتمكن هذه الخدمات
من عرض نصوصها برسوم ورموز وكلمات في عروض منشورة اليكترونيا
عبر شاشات التلفزيون Monitors ، بالتعاون مع بنسوك
المعلومات التي تمثل مصادر المعلومات .

ومن جهة أخرى يمكن تصنيف الاعلام العمالي طبقا لرسائل الاعلامية
المراد توصيلها الى جماهير العمال وغيرهم ، واهداف هذه الرسائل
التي تعكس أهداف القائم بالاتصال ، الذي يقوم بتصميمها وانتاجها
وتتم صياغتها في اطار من الفهم المشترك بين القائم بالاتصال والعمال
ولهذا يؤكد علماء الاتصال ضرورة أن يتم صياغة الرسائل الاعلامية
في اطار الخبرة المشتركة بين كل من القائم بالاتصال (الاعلامي)
وجمهوره ، والتي يوضحها الشكل التالي :



وبالتالى فان عدم وجود مجال للخبرة المشتركة بين الاعلامى وجمهوره من العمال يكون أحد الاسباب التى تؤدى لسوء الفهم والتأويل ، وقد يؤدى ذلك الى فشل عملية الاتصال الاعلامى بكاملها ، لهذا نؤكد على ضرورة توافر نوع من اللغة أو الخبرة أو الفهم المشترك والمتبادل بين طرفى عملية الاتصال ، وبما يعاون فى تحقيق أكبر قدر من الوضوح فى الرسالة الاعلامية ، ويحقق المزيد من التأثير بها والاستجابة لها ، ولهذا يجب أن يضمن القائم بالاتصال رسائله بالاشعارات والرموز والعلامات والكلمات التى يمكن أن يفهمها جمهوره من العمال بنفس المعنى الذى يريد توصيله القائم بالاتصال .

ويمكن تصنيف الرسائل الاعلامية فى الاعلام العالى طبقا

للعديد من المتغيرات ومن أهمها شكل الرسالة الاعلامية ، حيث
تختلف فيما بينها اختلاف واضحا ، ويزداد هذا الاختلاف اذا
ضعنا فى اعتبارنا نوع الوسيلة الاعلامية المستخدمة مطبوعة
أو مسموعة أو مسموعة مرئية وتختلف الاشكال الاعلامية من وسيلة
لأخرى فنجد فى الصحافة (الخبر - الافتتاحية - العمود
التحقيق الصحفى - الحديث الصحفى - الكاريكاتير - الصورة
الصحفية ... الخ ذلك من أشكال) ويقابلها فى الاذاعة
والتليفزيون على سبيل المثال الخبر الاذاعى أو التليفزيونى
المتضمن فى نشرات أخبار الراديو أو التليفزيون والحديث
المباشر أو ما يعرف بحديث الشخصية الواحدة ، والمقابلات
والندوات ، والبرامج الجماهيرية ، والبرامج الدرامية من
تمثيليات ومسلسلات وسلاسل اذاعية أو تليفزيونية .

هذا على سبيل المثال وليس الحصر ، وهكذا يمكن تصنيف الرسائل
الاعلامية طبقا لشكلها الذى تقدم به ، أو طبقا لمضمونها فهناك
الرسائل السياسية أو العلمية أو الدينية أو الاقتصادية أو الاجتماعية
أو الصحية ... الخ ذلك من مضمون ، من جهة أخرى هناك
الرسائل ذات المضمون الخيالى أو الواقعى ، أو التى يتلاقى
فيها الواقع والخيال ، ويمكن أن يتحول الخيال الى واقع محسوس
فى المستقبل المنظور ، أو البعيد كله أو بعضه ، خاصة ما يتخيله
العامل كإنسان أو يتصوره كأنه مستحيل الحدوث فى مجرى الحياة
اليومية وقد لا يكون كذلك بالضرورة فى المستقبل القريب ويقصد
بالرسائل الواقعية مجموعة الاخبار والمعلومات والتعليقات التى
تدور حول الاحداث أما الرسائل الخيالية فهى القصص
والتمثيليات والروايات وغير ذلك من المبتكرات التى تر كمن
الى الواقع وتنسخ منه صورة فيه أو تكون من نسج الخيال .

ومن جهة أخرى يمكن تصنيف الرسائل الاعلامية الموجهة
الى جماهير العمال طبقا لأهدافها التى تسعى اليها والتى يمكن حصرها
فى أهداف الاخبارية ، أو الاعلامية ، والتى تسعى الى تزويد جمهورها

الصفحات من

٢٣ : ٢٦

غير موجودة من

الرجل

الصفحات من

٢٣ : ٢٦

غير موجودة من

الرجل

الصفحات من

٢٣ : ٢٦

غير موجودة من

الرجل

الصفحات من

٢٣ : ٢٦

غير موجودة من

الرجل

ويشير جوزيف كلاير الى أن وسائل الاعلام ليست فى العادة السبب الكافى أو الضرورى لآحداث التأثير على الجماهير ، ولكنها تعمل مع ومن خلال مجموعة من العوامل والمؤثرات الوسيطة ، التى تقوى أو تدعم أو تعاون فى أحداث التغيير ، ومن هذه العوامل استعداد الافراد وشخصيتهم وحاجاتهم ، وقيمهم ، ومعتقداتهم ، وتوقعاتهم والظروف التى يعاشونها ، والجماعات التى ينتمون لها ، والأشخاص الذين لهم دورا خاصا فى حياتهم ، خاصة وتشير الدراسات أن قادة الرأى الطبيعيين أو الرسميين أو التأثير الشخصى لهم دور هام فى التأثير على الفرد ، وخاصة فيما يرتبط باتجاهاته وسلوكياته ، ولهذا تؤكد الدراسات الاعلامية على أهمية الاستفادة من هذه الظواهر ، والعوامل الوسيطة ، عن طريق دراستها والتعرف عليها ، واستغلالها بحيث تكون المواد الاعلامية والثقافية المقترحة لهم نابعة من اطار دراستها بالاضافة الى دراسة استعداداتهم وثقافتهم وعلاقاتهم بأنفسهم والعلاقات الثنائية بينهم وبين الجماعات الاخرى داخل المجتمع .

الاعلام العمالى ظاهرة اجتماعية قديمة :

واذا كان لفظ الاعلام العمالى قد شاع فى حضارة العصر الا أنه يمتد فى اعماق التاريخ ، وعلى مر العصور فهو قد يسم قدم الجماعات الانسانية العاملة ، فالعمل ظاهرة وجدت منذ وجد الانسان وبالتالى فالاعلام العمالى كما سبق أن أشرنا جزء من الاعلام العام والذى يعتبر جزءا لا يتجزأ من حياة المجتمع السياسية ، والى تعتبر بدورها تعبير عن واقع اقتصادى واجتماعى هو الاساس فى كل شئ ، والاعلام العمالى ظاهرة اجتماعية تضرب بجذورها فى جميع مراحل تطور المجتمعات ، وعلى مر العصور الأولى ، وحتى العصر الحديث ، وظهرت أشكال متباينة منه بفضل التطورات الكبيرة والمتلاحقة فى مجالات تكنولوجيا الاتصالات ، وهو موغل فى الزمان ، دائم مادام هناك وجود لأطراف العمل الثلاثة ونعنى بهم

العمال وأصحاب العمل والحكومات وان اختلفت أساليبه وتطورت وسائله بتطور المجتمعات ، وعلى مر العصور والأزمان ، وذلك بخية نقل أفكارهم ومعارفهم ومشاعرهم وتبادلها بين فئات العمال وغيرهم ، أوبين بعضهم البعض ، وتسجيلها ، وحفظها ، ونعلم أن الانسان الأول كان ينقل مشاعره وأفكاره بالحركات والايماءات ، قبل أن يهتدى الى اللغة ، ثم استخدم النقش والرسم على جدران الكهوف والمعابد في تدوين أفكاره وتسجيلها كما استخدم العديد من الاشارات للتعبير عن المعاني والافكار والتي مازال بعضها خالدا حتى اليوم ، ومنها المشاعل والرايات والفنارات والسيمافورات والأجراس والطبول والمدافع لتوصيل تلك المعاني والافكار ، الى ان ظهرت اللغة ، فيسرت له نقل أفكاره والاحتفاظ بها وتسجيلها وتدوينها على الحجارة والجلود وأوراق ولحاء الأشجار حتى عرف الورق فنسخ عليه معارفه ورسم خواطره وأفكاره على صفحاته .

ظهور المطبعة :

ثم ظهرت المطبعة في عام ١٤٥٦ م ، حيث تمكن يوحنا جوتنبرج الالماني الجنسية من استخدام حروفها المنفصلة في طباعة الانجيل ، ومنذ ذلك التاريخ استطاع الانسان أن يشارك الآخرين بأفكاره على نطاق واسع بعد اختراع المطبعة ، والتي كان اختراعها سببا في توسيع آفاق العالم ومع الطباعة ولدت الصحافة المطبوعة ، حيث كانت لها بشايرها في شكل نشرات ومطبوعات ، وانشئت مرافق أخرى كثيرة ارتبطت بالصحافة ارتباطا وثيقا ، ومشت معها جنبا الى جنب ، وساعدتها مساعدة فعالة كالبريد الذي كان الهدف من انشائه جمع ونقل الخطابات والنشرات والمطبوعات بسرعة وانتظام ، وهناك حقيقة لا يمكن اغفالها وهي أن الصحافة الحديثة والمنتظمة أثمر التطور الذي لاحق كلا من الطباعة وصناعة الورق كانت أسسا راسخة

لنشأة الصحافة وتطورها في كثير الدول ومنها ايطاليا وألمانيا
وجاءت بعد ذلك فرنسا وانجلترا (٩) .

من جهة أخرى كانت الحرية عاملا هاما من عوامل تطور الصحافة
في الدول الأوروبية ، وظهرت مخترعات كثيرة كان لها أثرها
على انتشار الصحف في أماكن عديدة وبعيدة كوسائل النقل الحديثة
من قاطرات وسفن وسيارات وطائرات .
كما كان للكثير من المخترعات أثارها الواضحة في مجال العمل
الصحفي ، كالتلغراف والهاتف التي ساعدت على نقل الأخبار ، كما
ساعدت آلة التصوير وعملية الحفر المصور في نقل الأخبار والصور
إلى الصحف ، وغزت المطبعة الفكر الأوروبية ، وكان معنى الطباعة
منذ بدايتها في أوروبا هو الكتب بينما كانت تعني في بدايتها
في أمريكا الصحف ، وكان لانتشار التعليم دور هام في تشكيل
البيئة الفكرية التي كان لها أثرها الواضح على الكتاب والصحف
وهكذا تأثرت الصحف والمطبوعات بالتكنولوجيا الحديثة ، وكان
للتغيرات الاقتصادية دورها حيث تحول النشر والاشتغال بالصحافة
من مشروعات فردية إلى مؤسسات عامة ، ولعبت دورا هاما وبارزا
في نشر الأنباء والمعلومات ، وأشباع حاجات الناس ، وتطلعهم
إلى المعرفة ، والتعرف على أحداث العالم من حولهم ، وظهرت
المجلات الحديثة زهيدة الثمن ذات الجاذبية الشعبية ، والتوزيع
الضخم ، على المستوى القومي ، وكانت من قبل توجه إلى فئات قليلة
من أبناء الطبقات الرفيعة ثقافيا واقتصاديا ، وكان مضمونها
بعيدا عن حياة السواد الأعظم واهتماماته .

مصر أول دولة عربية وإسلامية تعرف الصحافة :

تعتبر مصر أول بلد عربي وإسلامي عرف الصحافة ، ولقد ولدت
الصحافة المطبوعة فيها مرتين ، الأولى عندما جاءت الحملة الفرنسية
فأصدرت صحيفتين باللغة الفرنسية هما كورييه دكليهيب Courier
de L' Egypte ولاديكاد أجسبين La decade Egyptien

وذلك فى عام ١٧٩٨ ، وكان فى نيتهم اصدار صحيفة باللغة العربية تحمل اسم (التنبيه) لكن صعوبة موقفهم وحالهم فى مصر جعل ذلك المشروع أشبه بحلم للجنرال مينو ثالث قواد الحملة ، مما ظل حبرا على ورق ، وحتى جلاء الحملة الفرنسية عن البلاد (١٠) ، وكان الهدف الرئيسى من اصدار هذه الصحف حمل أفكار وأوامر نابليون بونابرت قائد الحملة الفرنسية على مصر .

أما الولادة الثانية ، ويعتبرها بعض الباحثين الولادة الحقيقية للصحافة المصرية ، حيث أنشأ والى مصر محمد على مطبعة بولاق عام ١٨٢٦ ، وأصدر منها النشرات والدوريات ، ومنها جرنال الخديوى عام ١٩٢٧ ، والتي لم تكن أكثر من (تقرير) يرفع الى الوالى متضمنا ملخصا للأحوال المالية والإدارية بمختلف الأقاليم المصرية ، ولم يكن يطلع عليها سوى الوالى ونفسه قليل من كبار معاونية ، وكانت تطبع باللغتين العربية والتركية ، وفى أعداد قليلة ، ثم صدرت الوقائع المصرية ، وكانت أول صحيفة فى العالمين العربى والإسلامى ، فى الثالث من سبتمبر عام ١٩٢٨ ، وكانت من مقومات الدولة المصرية الحديثة التى أقامها محمد على آنذاك (١١)

وقامت فكرتها على الدعاية لوالى مصر وجهوده ، وكانت توزع على موظفى الحكومة ، مقابل دفع الاشتراك فيها ، ثم توالى اصدار الصحف بعد ذلك ، وخاصة الحكومية أو الرسمية ومنها (الجرنال الجمعى) ، والتي كانت تصدر أسبوعيا ، وتهتم بأخبار التجارة والزراعة ، كما ظهرت أول مجلة طبية فى الشرق العربى فى مصر بعنوان يعسوب الطب عام ١٨٦٥ ، وكذا روضة المدارس لرفاعة الطهطاوى عام ١٨٧٠ ، ولكن أول صحيفة أهلية مصرية صدرت فى مصر كانت عام ١٨٦٧ ، وهى (وادى النيل) لعبد الله أبى السعود أصدرها بوحى من الخديوى اسماعيل وتشجيعه ، وفى عام ١٨٦٩ صدرت صحيفة (نزهة الأفكار) وتعتبر أول صحيفة هاجمت الحكومة فأمر الخديوى اسماعيل بإغلاقها بعد صدور عددها الثانى لجرأتها فى النقد ، وروضة الأخبار التى أصدرها محمد أنس عام ١٨٧٥ ،

ثم ظهرت في أواخر عهد اسماعيل جريدة الاهرام التي أسسها سليم
وبشارة تقي في مدينة الاسكندرية عام ١٨٧٥ ، وصدر العدد
الاول منها في الخامس من أغسطس عام ١٨٧٦ ، وكانت تؤيد الألمان
الوطنية في شئ من الحذر ، وتدعو لفرنسا وسياستها (١٢) .

فقد كانت مارونية البنية فرنسية الهوى ، وظهرت الى جانبها
فيما بعد سيل من الصحف في هذه الفترة ، منها جريدة مصر لأنيب
اسحق ، وكانت صحيفة الأحرار المتطرفين ، و (التجارة) التي
صدرت وعينت في أول أمرها بالاقتصاد والمال ، ثم صدرت عام
١٨٧٧ أول صحيفة كاريكاتورية سياسية في الشرق هي صحيفة
(ابو نظارة) ليعقوب صنوع ، والتي انتقدت الخديوي اسماعيل
وسياسته فأغلقها ، وصدر أول قانون للمطبوعات في مصر عام (١٨٨١)
واشتد هجوم الصحافة على الخديوي ، وضرب الاسطول البريطاني
الاسكندرية ، وانتصرت القوة على الحق ، وتم احتلال انجلترا لمصر
وكان من الطبيعي أن تتوقف الصحف المصرية الوطنية عن الصدور
كما منعت الصحف المصرية المهاجرة ، كالعروة الوثقى من الدخول
الى مصر ، وكان يصدرها محمد عبده وجمال الدين الافغانى فى
باريس عام ١٨٨٤ ، وظهرت صحف تدافع عن حقوق الباب العالي
في مصر كصحيفة القاهرة التي كانت سلفية البنية عثمانية الهوى
وصحف أخرى اقل أهمية ، ورأى الانجليز أن يحاربوا الصحافة
بالمحافة ، فاتفقوا مع يعقوب صروف وفارس نمر صاحبى
(المقتطف) على اصدار صحيفة (المقطم) اليومية عام ١٨٨٩ ،
وواضح أنها كانت بروتستانية البنية ، انجليزية الهوى ، غيير
أن الوطنيين مالبتوا أن أصدروا صحيفة (المؤيد) في نهاية
عام ١٨٨٩ ، لساحيها الشيخ على يوسف ، وبدأت عنيفة ، لكنها
أخذت تميل الى الاعتدال فيما بعد ، ثم أصدر عبد الله النديم بعد
عودته من المنفى عام ١٨٩٢ (الاستاذ) ، وكانت هادئة فسي أول
عهدا ثم أخذت تنتقد الاحتلال بشدة حتى أغلقتها السلطات ، وفي
عام ١٩٠٠ أصدر الزعيم الوطنى مصطفى كامل (اللواء) لمحاربة
الاحتلال ، والدعوة الى قيام حياة دستورية ، .

وهكذا عبرت تلك الصحف المصرية عن التيارات السياسية المختلفة ، وذلك بعد الاحتلال البريطاني ، وصدرت صحف أخرى كثيرة كالجريدة لأحمد لطفى السيد ، الذى نادى بالمدح للبرلمانى أسلوبا للحكم ، إلا أن الصحف الوطنية تهاوت واحدة تلو الأخرى نظرا للاضطهاد الذى عانت منه ، وبطش قانون المطبوعات الذى أعيد العمل به .

ولم يبق بالميدان عند اعلان الحرب العالمية الأولى سوى (الأهرام) و (المقطم) بالقاهرة و (الاهالى) التى صدرت بالاسكندرية عام ١٩١٠ ، والتى برزت فيها بعض الموضوعات التى تعالج قضايا العمال ، وشهدت هذه الفترة صراعا عنيفا بين سلطات الاحتلال ، والصحافة الوطنية ، وكذلك شهدت حربا سرية بين الصحف الموالية للاحتلال والصحف الوطنية ، ولو أن هذه الفترة تسجل تشجيعا للون من الصحافة المتخصصة .

الصحافة المتخصصة :

ظهر عدد من المجلات الزراعية المتخصصة فى العقد الأول من الاحتلال كمجلة الزراعة والبستان والفرايد ، وكانت مجلة الزراعة مثلا لسان حال المستر دلاس الخبير الانجليزى ، ومدير المدرسة الزراعية بالجيزة ، وكانت المجلة تدافع عن وجود الخبراء الانجليز فى الزراعة ، حيث أعلنت المجلة فى عددها الأول الصادر فى الثالث والعشرين من ابريل عام ١٨٩١ أنها ستكون وسيلة ابلاغ ملاحظات أهل الخبرة الى الفلاحين والزراعيين .

الراديو :

الراديو أو الاذاعة كلمة تعنى البث ، أو الارسال فى جميع الاتجاهات ، وتعتبر الاذاعة من الناحية الفنية أحد تطبيقات الاسلكى لخدمة الجمهور ، وعند اكتشاف الراديو Radio كان الاهتمام كله موجها نحو التلغراف لنقل الرسائل وكانت التجارب

الأولى منصبة على نقل اشارات مورس Morse Code وفي عام ١٨٦٥
تنبأ جيمس كلارك ماكسويل J.C. Maxwell أستاذ الطبيعة
الانجليزي بوجود الموجات الكهرومغناطيسية ، وامكانية انتشارها
في الفضاء بسرعة الضوء (١٨٦.٠٠٠ ٠٠٠ ميل في الثانية)
وجاء بعده هنريش هيرتز H.Hertz ، والذي تمكن من قياس
الموجات (طولها ٠ سرعتها) وتقدير دورها يقال الآن كيلو هيرتز
والتردد الذي يساوي هيرتز واحد يعني أن الاشعاع الكهرومغناطيس
عن نقطة ما بسرعة موجه أو دوره Cycle في الثانية ، وفي عام ١٨٩٦
اكتشف ماركوني وهو شاب ايطالي ايرلندي في الثانية والعشرين
من عمره أن الاشارات يمكن أن تخترق الفضاء بدون أسلاك
أو كابلات ، كما أثبت ذلك فسندين Fessenden ودي فورست
الا أن كثيرا من المؤرخين لظهور الراديو يرجعون اكتشافه
لماركوني ، الذي أظهر عمليا استخدام الموجات الكهرومغناطيسية
في ارسال الاشارات ، وسجل اختراعه فور وصوله انجلترا عام ١٨٩٦
قادما من بلاده ايطاليا التي لم تعره اهتماما ، لكن انجلترا تلقت
واهتمت باختراعه ، وأنشأت له على الفور عام ١٨٩٧ شركة ماركوني
لتطوير اختراعه على أساس تجاري ، وإنشاء شركات مماثلة لها
في جميع أنحاء العالم ، وكان للشركة الحق في تصنيع وتوزيع
أجهزة الارسال والاستقبال ، الا أن استخدام الراديو في نقل
الصوت لم يتم الا بعد اختراعين أساسيين هما محطات الارسال
Transmitter stations ، حيث تمكن الكسندرسن وفيسندن
بارسال الصوت والموسيقى عن طريق اللاسلكي ، لكن ظل الصوت غير
دقيق ، ومع استمرار التجارب تم تحسين ارسال واستقبال الصوت
عن طريق تطوير قناة الراديو R.Tube (الصمام الثلاثي) حيث
عاون ذلك على نقل الصوت بدقة وأمانة ، ويرجع الفضل في
ذلك لكل من توماس أديسون وفيلمنج ولي دي فورست الذي أقام
أول محطة اذاعة في برج ايثل تمكن من خلالها اذاعة الموسيقى
عام ١٩١٠ ، ويعتبر الصمام الثلاثي ، أو قناة الراديو جزءا أساسيا
من جهاز الارسال والاستقبال (١٣) .

والتي كانت متوافره لدى بعض الشركات أو الوكالات التجارية التي كانت تجرى تجاربها على تلك الأجهزة ، مثل شركة Bell للتليفونات ، وجنرال اليكتريك ، ووستنجهاموس ، والتي اشترت امتياز شركة ماركوني الأمريكية وأنشأت هيئة الاذاعة الأمريكية. وأجريت التجارب الناجحة لارسال واستقبال الراديو في المواصلات التليفونية عبر المحيط عام ١٩١٥ ، وبدأت جامعة ويسكونسين في اذاعة تقارير منتظمة عن حالة الجو ، وفي عام ١٩١٦ استمع الآلاف من الهواة في منطقة نيويورك الى الاخبار الاذاعية عن انتخابات الرئاسة الأمريكية من محطة دي فورست في بروكس لكنه لم يتم ادراك امكانات الراديو الهائلة الا بعد الحرب العالمية الاولى ، حيث كان الوقت مهيئا لتطور الاذاعة تطورا منتظما ، وتم اجراء العديد من التجارب بعد ما رفعت القيود التي فرضتها الحرب ، وبدأت شركة جنرال اليكتريك ووستنجهاموس في صناعة المعدات والاجهزة الخاصة بالارسال بعد أن اشترت امتياز اختراع شركة ماركوني الأمريكية وأنشأت هيئة الاذاعة الأمريكية للتعريف بمنتجاتها والاعلان عنها ، وفي عام ١٩٢٠ وبالتحديد في اليوم الثاني من شهر نوفمبر بدأت محطة K.D.K.A كأول محطة تذيع نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية لأول مرة بين كوكس وهارونج Cox Harding حيث تمكن المستمعون من معرفة الرئيس المنتخب في نفس اليوم بدلا من الانتظار لليوم التالي حتى صنف الصباح ، وهكذا ظهرت الاذاعات محطة تلو الأخرى ، ومنذ ذلك التاريخ أصبحت الاذاعة محورا لحديث الناس واهتماماتهم ، وازدهر بيع أجهزة الراديو وطبيعى لم يكن الهدف هو الحصول على ايرادات من الاذاعة آنذاك وإنما من حصة بيع أجهزة الاستقبال .

وازدادت محطات الارسال وتبعته دول أوروبا الولايات المتحدة في استخدام الاذاعة على اساس منتظم ، حيث بدأت الاذاعة الفرنسية والانجليزية عام ١٩٢٢ ، وانتشرت فيما بعد في دول أوروبا

وكندا ونيوزيلانده فى السنوات التالية ، ولم يأت عام ١٩٢٧ إلا وكانت الاذاعة قد توطدت فى جميع أنحاء أوروبا ، وظهرت فى بعض الدول الأفريقية والآسيوية ، وجزر المحيط الهادى ، وأمريكا اللاتينية ، ومرت الخدمات الإذاعية منذ نشأتها بعده مراحل وابتدت فيها التقدم التكنولوجى الذى كان من شأنه تطور الاذاعة منذ نشأتها فى الثمانى من نوفمبر عام ١٩٢٠ فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وحتى هذه اللحظة وعرفت الاذاعات الدولية أثر اكتشاف الهواة للموجات القصيرة فى عام ١٩٢٧ ، وترجع أهمية الموجات القصيرة لاستخدامها فى البث على المستوى الدولى وقدرتها الفائقة التى تفوق الموجات المقوسطة أكثر من مائة مرة مما أدى الى زيادة عدد المحطات العاملة بصورة كبيرة والتى بلغت ١٩١١٠ محطة وذلك فى نهاية السبعينات طبقا لإحصائيات الأمم المتحدة الخاصة لمحطات الإرسال الإذاعى .

الاذاعات الاهلية بمصر فى العشرينيات :

عرفت مصر الإرسال الإذاعى عن طريق الهواة فى وقت مبكر وذلك عام ١٩٢٣ ، حيث تلقى أحد الهواة ويدعى أحمد صادق الجواهرجى محطة إرسال إذاعى كهفية من صديق له ألمانى الجنسية إلا أنها لم تجد من يستمع إليها آنذاك فى مصر لعدم توافر أجهزة الاستقبال ، ثم قامت بعد ذلك العديد من المحطات فى كل من القاهرة وبور سعيد والإسكندرية ، وكانت هذه المحطات ملكا لبعض الأفراد ، وكان معظم أصحابها من تجار أجهزة الراديو ومن بينها فى القاهرة راديو فؤاد ، وفاروق ، وفيولا وسابو وراديو ماجستيك وفريد ونويس ونافيرا ، وكانت مثل هذه الاذاعات الأهلية قليلة الموارد ، ضئيلة الامكانيات ، وضعيفة ، أقامها أصحابها من رجال الأعمال ، أحد أطراف العمل الثلاثة ، لتوزيع منتجاتهم وتجارتهم ، ولتحقيق الربح المادى ، وكانت لاتحرص على الصالح العام ، وكان بعضها يذيع باللغة العربية ، والبعض الآخر يذيع

باللغات الأجنبية ، كالفرنسية والانجليزية والاطالية مخاطبة
الأجانب والجاليات التي كانت تعيش في مصر آنذاك ، وكان
أصحابها من الأجانب المتمصرين ، وكانت معظم برامجها ترفيهية
منخفضة المستوى ، تهاجم بعضها بعضا وبأسلوب يبتعد عن قواعد
الدوق والأدب ، وكان بعض مايداع فيها لا يخرج عن مجرد سخافات
ومهاترات بلغت حد الاسفاف ، وعدم الالتزام بالصالح العام ، ووصل
الأمر الى أن أحدى العصابات التي كانت تروج انتشار المخدرات
لإذاعة مضمير الملكية ، وكان صاحبها مدير المطبوعات آنذاك
حيث احتكرت العصابة إذاعة أغنيتين للفنان محمد عبد الوهاب
هما (الجورايق وخالي) و (في الجوغيم) مقابل دفع مبلغ
خمسین جنيها ، وهكذا استخدمت العصابة الاغنية رمزا لبدء نشاطها
من عدمه ، فينشط البيع عند إذاعة الجو رايق وخالي) ويتوقف
مجرد سماع (في الجوغيم) .

واستمرت المحطات الأهلية في مصر على هذه الحالة من سوء
الاستعمال الإذاعي ، وانتشار فوضى التدخلات والمنافسة والاعلان
وتداخل الموجات وطغيان بعضها على بعض ، وكانت الصحف
المصرية تنشر أخبار الاذاعات وبرامجها اليومية ، وتوقفت هذه
الاذاعات الأهلية عن بث برامجها في ٢٩ مايو ١٩٣٤ لتترك مكانها
لأول محطة إذاعة حكومية بدأت ارسالها بعد ذلك مباشرة بيومين .

أول إذاعة مصرية :

وافق مجلس الوزراء بجلسته المنعقدة في ١٩٣٢/٥/٢١ على
مذكرة وزير المواصلات المتضمنة انشاء محطة لاسلكية للإذاعة
ورأت أن يعهد لشركة ماركوني العالمية تشغيلها لمالها من خبرة
ممتازة وسعة عالمية واسعة الانتشار في شئون الراديو ، وجاهت
المحطات الأهلية من أجل البقاء ، إلا أن الحكومة قررت إلغاءها
وبلغ عددها حوالي ١٢ محطة ، لزيادة قوة أكبرها على ٢ كيلسوات
غير منتظمة في اذاعاتها ، وقررت الاستعاضة عنها بمحطة لاسلكية

أساسية ، ونص العقد المبرم بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني أن الإذاعة اللاسلكية احتكار للحكومة على أن تعمل شركة ماركوني وكيالة عن الحكومة في إدارتها وتقديم برامجها لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد ، على ألا تتجاوز غاية البرامج التعليم والتسلية ، وتعتمدها لجنة مكونة من خمسة أعضاء ، ثلاثة تعيينهم الحكومة واثنين تعينهما الشركة ، علما بأن المادة الاعلانية غير مسموح بها في البرامج ، على أن تتلقى الشركة من الحكومة مقابل الإدارة وإنتاج البرامج حصة من حصيله رخص استقبال الإذاعة قدرها ٦٠ ٪ ، وتبلغ قيمتها بالنسبة للجهاز الواحد ١٢٠ قرشا سنويا ، وأن تكون للحكومة حق إذاعة النشرات والبيانات والإشارات الرسمية التي تهتم جمهور المستمعين والقادمة من مصالح الحكومة ووزاراتها المختلفة ، ودون عرضها على لجنة البرامج .

وبدأت الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية إرسالها في تمام الساعة السادسة مساء يوم ٣١ مايو ١٩٣٤ ، حيث استمع المصريون إلى صوت المرحوم أحمد سالم أول مديع للإذاعة المصرية ، وانتهى في تمام الساعة الحادية عشر ، وكانت اللغات المستخدمة في ذلك الوقت هي اللغة العربية والانجليزية والفرنسية ، وكان عدد استديوهات الإذاعة اثنين فقط ، وفي عام ١٩٤٧ انتهت الحكومة المصرية عقد شركة ماركوني وبالتحديد في الرابع من شهر مارس زالت السيطرة البريطانية عن الإذاعة المصرية ، وبدأت ملامح التمييز تظهر شيئا فشيئا ، فعدل الأسبوع الإذاعي ليبدأ من السبت بدلا من الاثنين وحل المصريون محل البريطانيين تباعا ، وقد عاصرت هذه المرحلة أحداثا هامة في تاريخ الوطن أبرزها حرب فلسطين والقلقل السياسية من تدبير الانجليز ، غير أن الصدمات سرعان ما انتهالت على هذا الجهاز الخطير ، ومنها إلغاء نظامها الإداري حيث أصبحت الإذاعة مصلحة حكومية خاضعة لكل نظم ولوائح وتعليمات الإدارة الدبلوماسية ، ومن جهة أخرى تم تعيين كريم باشا ثابت مستشار الملك الصحفي وزيرا للدولة لشئون الإذاعة ، وبالطبع أصبح له

الكلمة العليا فيها ، رغم اعتراض مجلس الوزراء على هذا التعيين مرتين ، ثم أعقب ذلك تعيين محمد قاسم شفيق سكرتير خاص ملك مصر مديرا لها (١٤) .

وتعاقبت التغييرات والقوانين مما ترك أثاره السيئة عليها وحتى قامت ثورة يوليو المجيدة عام ١٩٥٢ ، وكانت الاذاعة المصرية أول وسيلة اعلامية تنقل لجامير مصر والعالم نبأ ثورة ٢٣ يوليو والتي أولت الاذاعة اهتماما بالغا في قوة ارسالها ، ووقت أومدة ارسالها ، وعدد اللغات التي تديع بها والتي وصلت الى ٢٣ لغة بعد أن كانت تقدم برنامجا محليا باللغة العربية وآخر باللغتين الانجليزية والفرنسية ، واستحدثت خدمات جديدة ، لم تكن موجودة من قبل كاذاعة صوت العرب واذاعة مع الشعب والبرنامج الثاني وركن السودان وفلسطين والبرامج الموجهة وادى النيل والقرآن الكريم والشرق الاوسط والبرنامج الموسيقى ... الخ .

بالاضافة الى الاذاعات المحلية ، والتي بدأت باذاعة الاسكندرية كما تنوعت الاشكال التي قدمت بها خدماتها الاذاعية على اختلاف مضمونها للمستمعين لتواصل اداء رسالتها في الاعلام والثقافة والترفيه ، كما شهدت انشاءات وتوسعات جديدة ، حيث بدأت في ابريل عام ١٩٨١ استخدام نظام الشبكات الاذاعية ، كنظام فني متخصص يهدف الى تجميع الخدمات الاذاعية المتعددة والمتنوعة والتي أصبحت في كثرتها مدعاه لتشتيت قدرة المواطن المصري على الاستماع ، الى جانب ما تلقىه على القاشمين فيها بالاتصال الاذاعي من مسؤوليات وأعباء للوفاء بحاجات المستمعين من خدمات وهو أمر يؤثر في القدرة على التجديد والتجويد من وقت لآخر ، وبرز الاهتمام باعادة صياغة عادات الاستماع لاستعادة ثقة المستمعين في اذاعتهم ، الذين شغلهم كثرة الاذاعات ، وطبيعي استدعى ذلك صياغة الخدمات الاذاعية في شكل جديد يتناسب مع الظروف الحاضرة والمستقبلية ، مع أهمية التكامل عند التخطيط لكل شبكة من الشبكات الاذاعية ، أسوة بالشبكات الاذاعية في الدول

المتقدمة كاليابان ، والولايات المتحدة ، وانجلترا ولتؤكد التواجد الاعلامى على كافة المستويات المحلية والوطنية (القومية) والعالمية ولتواصل اداء رسالتها فى الاعلام والثقافة والترفيه فى اطار الاستراتيجية العليا للاعلام المصرى ، والتي تتركز حول حقيقة أساسها أن الاعلام حق لكل مواطن على أرض مصر ، ولتواكب اعلامه بأهم الأحداث على الصعيدين الوطنى والعالمى ، وفى شتى المجالات ، وبلغ اجمالى عدد الخدمات الاذاعية ٣٩ خدمة اذاعية موجهة من خلال الشبكات الاذاعية السبع (الشبكة الرئيسية وشبكة المحليات والشبكة الثقافية والشبكة الدينية والشبكة العربية والشبكة التجارية وشبكة الاذاعات الموجهة (١٥) .

الصور المتحركة:

تعتبر السينما بحق هى الثورة الثانية بعد اختراع المطبعة ساهمت مساهمة فعالة فى اطلاق العنان للفكر البشرى محطمة الحواجز والحدود الخاصة بالزمان أو المكان أو اللغة ، التي كثيرا ماتقف حائلا دون نشر ألوان الفكر والثقافة ، وباعتبارها لغة عالمية مفهومة لغالبية البشر ، كما كانت السينما شعبية منذ بدايتها ثم انتقلت بعد ذلك دور عرضها من المناطق العمالية الى أحياء الطبقة الوسطى المجاورة ، وارتفعت أسعارها ونسب لتوماس أدبون فضل اختراع الافلام ، ومنح أدبون براءة اختراع السينما فى ربيع ١٨٩٣ ، وذلك بعد أن أصبح ميسورا طبع الصور الفوتوغرافية وذلك بعد سلسلة اختراعات وابتكارات متتابعة لانتاج الفيلم الحساس للضوء خاصة ونعلم أن فن التصوير فن تدويني أصلا يقوم فيه المصور بتسجيل مايراه على سطح حساس للضوء ، وفى عام ١٨٨٧ استطاع القس الأمريكى هانسيبال جودوين Hannibal Goodwin أن يصنع الفيلم الشفاف الحديث لأول مرة ، لأن الفيلم القديم لم يكن سوى شريط من الورق المغطى بطبقة من الجيلاتين وأملاح الفضة الحساسة وكان المعتاد حينئذ أن تنزع الطبقة الحساسة من فوق هذا الورق لاستعمالها كسالبية شفافة ، ثم اخترع جورج ايستمان بعد ذلك

ولأول مرة الفيلم الملفوف Roll Film ، ثم بدأت بعد ذلك الشركات فى إنتاج الأفلام على نطاق واسع ، وهكذا أصبح السيلولويد متاحا ليلائى أغراض التصوير الفوتوغرافى ، الى أن تمكن فريزر جرين من اختراع آلة تصوير ، وجهاز عرض لكل منهما حركة متقطعة ، وعدسة منفردة فى الحادى والعشرين من يونيو ١٨٨٩ ، واستعمل فيهما فيلم السيلولويد المثقب من جانبية ، وهو مايعتبره الجميع بمثابة الاختراع الرئيسى فى الفن السينمائى .

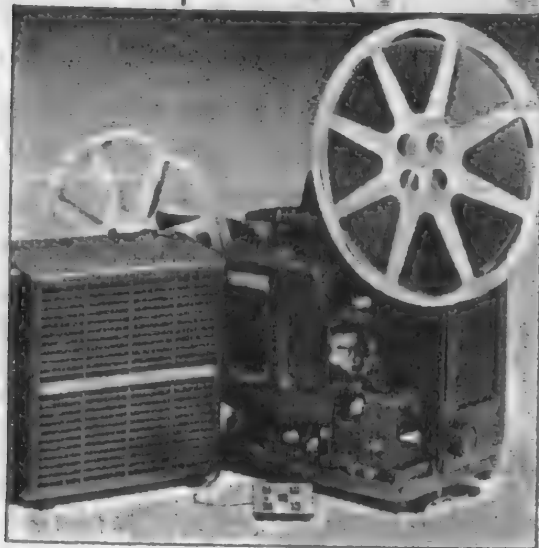
الايهام بالحركة :

وتعتبر الافلام المتحركة خدعة العلم الناجحة المعتمدة على بساطة الرؤية البشرية ، والايهام بالحركة فيها ناتج من رؤية صور سريعة ومتتابعة ، وبالتالي تحدث الحركة فى التصوير السينمائى عن طريق خداع بصرى ، حيث تستمر العين فى متابعة الصور المتتالية المتلاحقة لحركة معينة بسرعة ١٦ أو ٢٤ صورة فى الثانية الواحدة وهنا لاتستطيع العين ملاحقة هذه الصور الفردية فتبدو للعين مشاهدتها فى تتابع واستمرار ، لأن العين لاتستطيع أن تفقد الصلة بين كل صورة معروضة والصورة التى تليها ، وبالتالي تخلق وهما بأن الحركة مستمرة ، وهى ما تعرف بنظرية استمرار الرؤية للأشياء .

وهكذا فان الصور المتحركة ليست فى واقعها سوى مجموعة من الصور الثابتة مطبوعة على شريط طويل من السليولويد ، حيث تظهر كل صورة منها لحظة قصيرة جدا ، ثم تبعد ليحل محلها صورة أخرى وتصل عدد الصور الى ١٦ صورة فى الثانية الواحدة فى الفيلم الصامت بينما تصل الى ٢٤ صورة فى الثانية الواحدة فى الفيلم الناطق .

وسيبقى اسم توماس أديسون مرتبطا على الدوام بتأسيس صناعة السينما ، حيث نسق أفكار غيره من المخترعين والمفكرين فى أوروبا وأمريكا لاضفاء الحركة على الصور الثابتة ، وتمكن أديسون وأخوه يدعى ديكسون من تصنيع الفيلم السينمائى وتسجيل الصور عليه .

التصوير بالفيديو



آلة عرض سينمائي ١٦ م

عرض أول فيلم سينمائي في العالم :

ولقد تمكن الاخوان الفرنسيان أوجست ولويس لوميير Auguste Louis Lumiere وهما من صناع المعدات الفوتوغرافية تمكنا من صنع آلة لعرض الأفلام ، وأخرى للتصوير الفيلمي في أوائل عام ١٨٩٥ ، بعد اجراء العديد من التجارب على الصور المتحركة ، وأسميا آلة العرض الفيلمي سينما توغراف Cinema tographe (١٦) وكان ذلك ارماسا للكلمة التي انتشرت فيما بعد في كافة أجزاء العالم كناية عن الصور المتحركة ، وهي سينما Cinema والمأخوذة من الكلمة اليونانية القديمة Kinema ، وتعني حركة ، وفي الثامن والعشرين من ديسمبر عام ١٨٩٥ ميلادية أستأجر الاخوان لوميير الصالون الهندي بمقهى Grand Café في شارع كابوسين Des Capucines حيث عرضا أول عرض سينمائي في العالم على الجمهور وكان البرنامج الأول عبارة عن عشرة أفلام يتراوح طول الفيلم الواحد منها من ١٥ - ٢٠ مترا ، وهو مايستغرق زمنا يصل الى دقيقتين ، وكان اشترك أورسم الدخول الى هذا العرض من جانب جمهور المشاهدين فرنكا فرنسا واحدا ، وهو ما يعادل اليوم ٤٧ قرشا مصريا تقريبا ، وكانت جميع الأفلام المعروضة صامتة ، وبعد مرور أربع أشهر قدم أديسون السينما الى الولايات المتحدة الأمريكية وبالتحديد في الثالث والعشرين من ابريل عام ١٨٩٦ حيث عرض أول عرض سينمائي عام في نيويورك ، وصادف نجاحا كبيرا وفي نفس العام أنتج مصنع ليون بفرنسا مائتي جهاز لالتقاط وعرض الصور المتحركة ، وهكذا استقرت النظريات الأساسية لتصوير وعرض الصور المتحركة ، وتطبيقها تجاريا في كل من فرنسا والولايات المتحدة واصلت ، وبذلك عمت السينما مختلف أقطار العالم ، حيث لم يمض سوى ثمانية أشهر على العرض الاول الا وقد انتشرت أجهزة التقاط وعرض الصور المتحركة جميع عواصم أوروبا ، ثم انتقلت سينما لوميير بعد ذلك الى اليابان والهند وأستراليا ، ولم تمض سنة على أول عرض سينمائي في باريس الا وكانت العروض السينمائية تغزو العالم كله وأصبحت السينما فنا عالميا (١٧) .

العمال والسينما :

وطبيعى كانت تهتم الأفلام الأولى بتسجيل الحركة ، ويتسم المجتمع العمالي بالنشاط والحركة ، ولهذا كنا نجد الأفلام الأولى تصور حركة عمال البناء ، ومن أهم الأفلام التى عرضت بين الأفلام الأولى التى تم عرضها فى سينما لوميير فى مقهى جراند Grand CaFee عام ١٨٩٥ ، فيلم ساعة الغداء فى مصنع لوميير فى ليون ، وكان الفيلم يصور حركة العمال فى دخولهم أو مغادرتهم المصنع ، أو العامل أمام الآلات التى يعمل عليها كما فى مركبات اطفاء الحرائق ، وكان المشاهدون يتأملون هذه المناظر وغيرها من الاستعراضات وحركة القطارات والأمواج مبهورين بسحر مناظرها المتحركة ، ويشدهم اليها واقعية هذه الصور المتحركة ، أما المنتجين من مخترعى هذه الأفلام فكان هدفهم استقلال هذه الحركة ، والتى نعتبرها من سمات مجتمع العمال .

وهكذا ولدت السينما تسجيلية بحقة معتمدة على النقل من واقع الحياة اليومية مباشرة ودونما نص مكتوب أو تمثيل ، أو حتى خدمات إنتاجية ، وكان التصوير يتم نهارا على ضوء الشمس ، كما لم تكن الكاميرا تتحرك لتقدم لقطاتها الاستعراضية Panoramic المعهودة .

السينما فى مصر :

وعرفت مصر السينما منذ بداية ظهور هذا الاختراع تقريبا ومنذ عام ١٨٩٦ ، وبعد عرض الاخوان لوميير بأشهر قليلة تم عرض فيلم سينمائي بأسم (شريط مضى) فى مقهى زافانى فى الاسكندرية (١٨) ونتيجة للنجاح الذى تحقق من هذا العرض الأول انتشرت دور العرض الخاصة فى الاسكندرية والقاهرة وبور سعيد والمنصورة وأسيوط وغيرها من المدن ، وكانت هذه الدور ملكا للأجانب المقيمين فى مصر الا أن الجمهور المصرى بدأ يمل مشاهدة المناظر الأجنبية التى

لاتحيط به ، فما كان من أحد الأجانب المقيمين في مدينته
الاسكندرية الا أن أرسل في طلب كاميرا وفني من فرنسا ، وتم
تصوير مشاهد مصرية كالسائحين على ظهور الجمال في منطقة أهرامات
الجييزة ، وحركة العمال المصريين في مختلف المواقع ، وحركة
المسافرين في محطة سيدى جابر ، وعودة الخديو من الاسكندرية
البحرية ، وتم عرضها في ميدان الاوبرا عام ١٩١٢ .

ويمكن أن يقال أن صناعة السينما في مصر لم ترسخ الا في عام ١٩٢٧
عندما بدأ سيل الأفلام المصرية يتدفق ، وخاصة بعد ما أنشأ بنك
مصر شركة مصر للتمثيل والسينما عام ١٩٢٥ ، وظهور مجموعة من
العنانين المصريين العاشقين لهذا الفن السابع أمثال محمد كريم
ومحمد بيومي ، وتضائل الجهود الاجنبية في انتاج وتمويل وتوزيع
الفيلم الاجنبى في مصر ، وضعف مواضيع أفلامهم القصيرة ، وكان
هدفهم الربح والتسلية فقط ، وبدأ الشباب المصرى في انتاج الفيلم
المصرى (ليلى) ويعتبر باكورة الأفلام المصرية الطويلة ، وكانت
الأفلام المصرية فى تلك الفترة صامته وكان آخر الافلام المصرية
الصامته فيلم زينب عن قصة الدكتور محمد حسين هيكى الذى عرض
عام ١٩٣٠ ، وحقق نجاحا باهرا الا أنه ينهى مرحلة فى تاريخ
السينما المصرية وهى مرحلة انتاج الفيلم المصرى الصامت .

الفيلم الناطق :

لم يأت الصوت فجأة الى الأفلام ، فمنذ اختراع الافلام
المتحركة ويحاول المخترعون جمع الصوت بالصورة ، فكان هناك
نوعا من الصوت المسجل على الاسطوانات يصاحب عرضها ،
أو استخدام العازفين أو الفرقة الموسيقية لتقدم ألحانها التى تناسب
المشاهد المعروضة ، وعندما بدأت دور عرض الأفلام تنتشر كان
غالبيتها يخصص أماكن للفرق الموسيقية ، وكان لهذا الصوت
أو الموسيقى وظيفتان الاولى تهيئة أصوات مناسبة لمشاهد الفيلم
المعروض ، والثانية تغطية الاصوات الصادرة من أجهزة العرض ومن

المشاهدين أنفسهم ، ويعتبر اديسون اول من فكر فى الفيلم الناطق عام ١٨٨٩ ، عندما حاول أن يمزج بين الفوتوغراف والكنتوسكوب وأعدت أفلام كثيرة بهذه الطريقة فى فرنسا قبل عام ١٩٠٠ ، ولم يتجاوز طول الفيلم الدقيقتين الا أن أجهزة الاذاعة الاسطوانات لم يكن فى استطاعتها أنذاك اصدار أصوات عالية لمل قاعات العرض الكبيرة وكان الصوت رديئاً حتى تمكن لي دى فورست Le De Forst الأمريكى من اختراع المكبر الصوتى قبل نشوب الحرب العالمية الأولى بوقت قصير ، وبواسطة مكبر الصوت أصبح ممكناً تحسين الصوت ، والتحكم فى درجة علوه أو خفضها ، ثم بدأ بعد الحرب يوجه اهتمامه الى مشكلة الصوت فى السينما ، وابتكر طريقة لتسجيل الصوت مباشرة (بطريقة ضوئية) وعلى حافة الفيلم نفسه Soundom Film وذلك بتسجيل الصوت ضوئياً فى شكل مسارات رفيعة على طول حافة الفيلم ، وسجل بهذه الطريقة الأصوات لمشاهد فناني المسرح أمثال فيلوز وفيل بيكر وايدى كانتور وعلى الرغم من اعجاب المشاهدين بهذه الأفلام القصيرة الناطقة الا أن شركات الانتاج السينمائى لم تبد أى اهتمام بها ، وفى تلك الفترة كانت معامل شركة بل للتليفونات تواصل تجارتها لربط الصوت بالصورة باستخدام الاسطوانات وفى عام ١٩٢٦ صنعت جهازاً لإدارة اسطوانات ١٢، ١٧ بوصة بحيث تغطي الاسطوانة فصلاً كاملاً من فصول الفيلم ، واشترت استديوهات وارنر هذا الاختراع وأطلقت عليه اسم (فيتافون) واستخدمتها كما استخدمها من قبل دى فورست فى اختراعه (الفونوفيلم) الذى استخدم فى بعض دور العرض الأمريكية ثم اشترت استديوهات فوكسى عام ١٩٢٧ حق استغلال الاختراع الالمانى (ترى ايجون) الذى يتولى تسجيل الصوت على نفس الفيلم وقدمت لنا فى ابريل من نفس العام أول جريدة سينمائية ناطقة وحقت نجاحاً كبيراً بعد أن سجلت أصوات المشاهير على الأفلام أمثال جورج برنادشو وبنيتوه وسولينى الى أن ظهر نجم الغناء آل جولسون فى فيلم (مغنى الجاز) وكان فيلماً طويلاً سجل عليه الصوت بطريقة (الفيتافون) واستقبله النقاد استقبالاً لم يظفر به أى فيلم آخر

قيله (٩١) .

وأحدث ظهور الصوت في الأفلام انقلابا حقيقيا ففى
الفن السابع حيث نطقت السينما بعد سنوات طويلة من البكم والتأتأة
وزودت دور العرض بعدها بآلات تسجيل الصوت . الا أن أول فيلم
عرض عام ١٩٣١ وهو (أنشودة الفؤاد) وهو من انتاج نحاس فيلم
بالاشتراك مع اخوان مهنا (٢) ثم فيلم أولاد الدوات التى أخرجه
محمد كريم ، وعرض فى مارس ١٩٣٢ ، ويعتبر من الافلام المصرية
الأولى الناطقة ، بعدها انتعش انتاج الفيلم المصرى الناطق ، وأنشئت
العديد من الاستديوهات ، وزودت بكل معدات الانتاج ، ومن بينها
معدات الصوت ومنها استديو مصر والأهرام وجلال ونحاس ، واستخدم
الصوت فى السينما بصورة تفوق الخيال .

الفيلم الملون :

والألوان كالصوت والموسيقى التى صاحبت الفيلم ، لم تكن جديدة
تماما على السينما ، فان كثيرا من الافلام الفرنسية الأولى القصيرة
كانت تلون باليد كادرا كادرا ، أو كانت تستخدم الألوان لاعطاء
المشاهد صبغة واقعية منذ ١٨٩٧ كانت تعطى أفلام القوطه اللون
الأخضر ، أو اللون الأحمر لبعض مشاهد الحريق ، والأزرق لمناظر
الليل ، وهكذا كان يتم استخدام الألوان الأساسية الثلاث الأحمر
والأخضر والأزرق ، ولم تكن الألوان دقيقة ولم تكن كاملة ، ولم تثر
الألوان حماسا كبيرا الا عندما بدأ المنتجون يضمنون أفلامهم مشاهد
ملونة ، وكان أول نجاح كبير سجله الفيلم الملون هو فيلم (القرصان
الأسود) عام ١٩٢٦ ، الذى صور يكامله بالألوان تقريبا ، وفى مصر
كان ظهور الأفلام الكاملة الألوان بعد عام ١٩٤٦ ، ومن الافلام المصرية
الأولى الملونة بالكامل فيلم (بابا عريس) و (ست الحسن) ،
(نهاية قصة)،(والحب فى خطر) .

انواع الانتاج السينمائى :

ويمكن بشكل عام تقسيم الانتاج السينمائى الى ثلاثة أقسام
رئيسية يضم كل منها أشكالا متباينة تتفق فيما بينها من حيث الهدف

١ = أفلام الواقع والحقيقة Factual Films غير الدوائية ومن أشكالها الفيلم التسجيلي D.Films والوثائقي والأفلام التعليمية والارشادية كالتى تقوم بها الوزارات المختلفة ومنها الصحة والزراعة منذ عام ١٩٣٢ ثم الافلام التى يمكن استخدامها فى مجالات التدريب المهني ، والجرائد السينمائية . الخ .

٢ = الافلام الروائية سواء القصيرة ، أو الطويلة ، ومنها السلاسل والمسلسلات الفيلمية ، والفرق بين السلسلة أنها مجموعة أفلام تحت عنوان واحد ، كل فيلم يعرض عملا روائيا متكاملًا من حيث الحبكة الفنية منذ المقدمة وحتى نهاية العمل ، بينما المسلسل الفيلمي عبارة عن مجموعة حلقات متلاحقة ، يكمل كل منها الآخر فى تسلسل وتتابع ، وتنتهى كل حلقة بسؤال مجهول الاجابة ، يتم الاجابة عليه فى الحلقة التالية ، والتي تعرض على شاشات التلفزيون .

٣ = الافلام الخيالية ، أو أفلام الأوهام والخرافات ، كالرسوم المتحركة ، أفلام السلويت والعرائس والخيال العلمى ، التى تعتمد فى انتاجها على الخيال الواسع ، والخدع ، والحيـل السينمائية ، والتي تتطور يوما بعد يوم بفضل التقنيات الحديثة فى مجالات التصوير الفيلمي ومتطلباته وامكانياته .

ومن جهة أخرى تواصل صناعة السينما ابتكاراتها وتجديداتها ففي عامى ٢٦ ، ١٩٢٧ استخدم الصوت فى السينما ، حيث اخرج الصوت الفيلم من عالم الظلمة فى صمته الأولى الى ميدان مفتوح من العرض المباشر للواقعية ، وكان ذلك بمثابة ثورة حقيقية تفوق فى نظميتها ادخال كل من اللون أو العمق أو البعد الثالث

(stereo Technique)

وهي شاشة مقوسة عريضة تسيطر على مجال نظر الجمهور من المشاهدين وفيها تبلغ نسبة الشاشة الى عرضها (١ : ٢ر٨٥ أو الشاشة العريضة الضخمة على الفيلم التي تسمى بالسينراما) أو الشاشة البانورامية والتي يتيسر فيها عرض الأفلام العادية ، إذا أخفى الجزء ان العلوى والسفلى من صور الفيلم ، حتى يمكن تكبير الجزء الأوسط فقط لانتاج صورة عريضة الشكل ، والفيسٽافزيون والقادرة على التكيف فى العرض على شاشات يتراوح قياسها بين (١ : ١ر٢٣ أو ١ : ٢ ومن شأنها أن تجعل من الفيلم حقيقة تتسع حسب الحاجة ، ويمكن ملاءمتها الى أقصى طاقة لشاشة السينما العادية ، وحتى يتحقق ذلك يجب أن تقتصر الحركة الاساسية على الوسطى من الصورة ، حتى لا يضيع شئ ذو أهمية حينما تعرض الصورة فى أقل النسب ، والسينما سكوب ذات الشاشات العريضة والتي يزيد عرض شاشاتها على ارتفاعها مرتين ونصف ، مما يخلق صورة ضخمة قيمة ولكنها لاتحدث التأثير الطاغى العميق الذى تختص به السينراما (٢٢)

التلفزيون :

يعتبر التلفزيون أقوى وسائل الاعلام فى القرن العشرين ويرجع الفضل فى اختراع التلفزيون حقيقة الى العالم البريطانى جون لوجى بيرد ، الذى عرض أول تجربة عامة لشريط التلفزيون فى محلات سيلفردج فى ابريل عام ١٩٢٥ ، وتم فى عام ١٩٢٩ نقل أول ارسال تجريبى قامت به هيئة الاذاعة البريطانية B.B.C وعلى الرغم أن التجربة لم تستمر سوى دقيقتين بدون صوت الا أن بيرد كان سعيدا لأنه عرف أن الارسال التلفزيونى حدث وأصبح ممكنا ، وأسس جون بيرد فيما بعد شركة للتلفزيون ، وفى الرابع عشر من يوليو ١٩٣٠ أذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من استديوهات بيرد ثم أجريت فيما بعد تجارب لتحسين عمل الكاميرات ، وأخذ

يكرس جهوده لتحسين النقل التلفزيوني، وحتى عام ١٩٣٦ حيث بدأت الإذاعة البريطانية وبصورة جدية نقل أول إرسال تلفزيوني منتظم وكان هو الأول من نوعه في العالم ، وذلك في الثاني من نوفمبر نفس العام ، لكن سرعان ماتوقف الإرسال في سبتمبر عام ١٩٣٩ بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية ، خشية أن يستفيد الأعداء من الإشعاع التلفزيوني في غاراتهم الجوية على المدن البريطانية ، وبعد انتهاء الحرب أعيد افتتاح التلفزيون البريطاني ليعاود إرساله المنتظم في السابع من يونيو عام ١٩٤٦ ، وتطورت صناعة التلفزيون تطورا ملحوظا ، وخاصة في السنوات التالية للحرب ، ونما التلفزيون نموًا سريعًا مثله في ذلك الصحافة والإذاعة والأفلام ، وارتفع عدد محطات الإرسال التلفزيوني في العالم من عشرة محطات عام ١٩٤٦ إلى ٢١٧ محطة عام ١٩٥٠ ، وكانت لدى خمس دول فقط خدمات دورية من البث التلفزيوني ازدادت بعد عشر سنوات لتصبح عدد البلاد التي تملك خدمات تلفزيونية أكثر من مائة بلد ، وصلت عام ١٩٨٠ إلى ١٢٨ دولة (٢٣) .

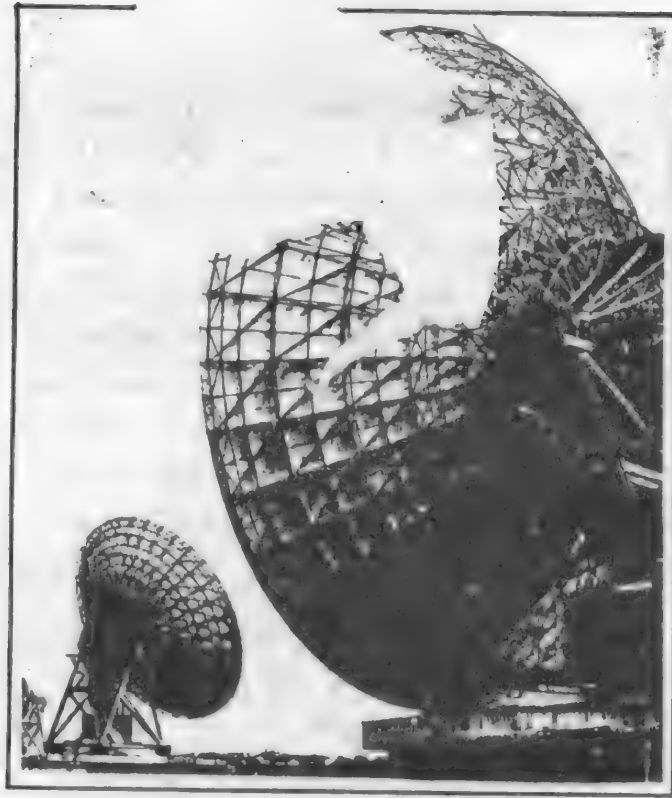
التلفزيون المصري :

بدأ التلفزيون المصري إرساله في الحادي والعشرين من يوليو عام ١٩٦٠ ، حيث نقل للمشاهد المصري خطاب الرئيس الراحل جمال عبد الناصر في مجلس الأمة احتفالًا بالذكرى الثامنة لثورة يوليو المجيدة ، واستغرقت فترة الإرسال في بدايتها خمس ساعات يوميًا ، واستطاعت قوة إرساله أن تغطي حينئذ مساحة كبيرة من ريف وحضر جمهورية مصر العربية بلغت حوالي ١٢٠ كيلو مترا داخل محافظات شمال الوادي وجنوبه ، واليوم يغطي إرساله جميع أنحاء الجمهورية ، ويصل إلى جميع فئات وطوائف الشعب حيث يقدر معدل انتشار التلفزيون في المناطق الحضرية إلى ٩٧٪ من البيوت الحضرية ، ويقدر هذا المعدل في الريف المصري بحوالي ٨٠٪ ، وبدأ إرساله الملون في منتصف السبعينات (٢٤) ، وشهد التلفزيون المصري في الفترة الأخيرة طفرة لاعادة تطويره ، كان بدايتها فصل قنواته

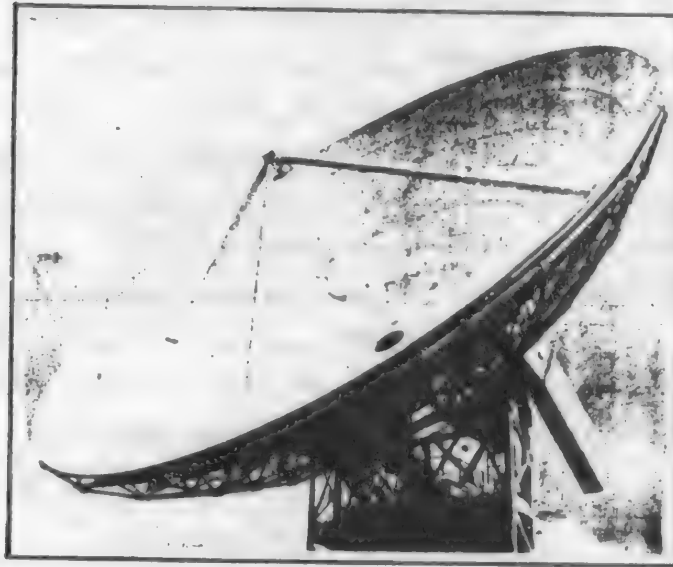
بعد دراسات موسعة ، استهدفت توزيع العمل ، ونوعية الانتاج وكمه
وبحيث يصبح لكل قناة تليفزيونية سماتها وشخصيتها المتميزة .
فأصبحت القناة الاولى البرنامج الرئيسى الذى يهتم بالقضايا العامة
وأهم أحداث الساعة ، ومعالجة المشكلات التى تهتم جماهير المشاهدين
بمختلف اتجاهاتهم واهتماماتهم وثقافتهم ، بهدف ارضاء جميع
الاذواق ، واشباع كافة الرغبات والاحتياجات المطلوبة ، أما القناة
الثانية فتتميز بثقافتها المتنوعة والانفتاح على الثقافات العالمية
من خلال مجموعة من البرامج التى تهدف الى تحقيق التوازن بين واقع
الثقافة المصرية ، وخلق ثورة تطلعات وطموحات ، ومسايرة أحدث
ما فى العالم من ثقافة ، فأصبحت تهتم بتقديم جرعات ثقافية من
الاداب والفنون الوطنية والعالمية ، فضلا عن عرضها للانتاج الدرامى
الأجنبى الرفيع المستوى ، كما تنفرد بتقديم البرامج التعليمية على
كافة المستويات وتعليم اللغات الحية كالانجليزية وبعض المهن
والحرف ، وهكذا تتميز القناة الثانية بانفتاحها على فكر وثقافة
العالم ، وتفتح المجال أمام أشكال التعبير الفنى لتهيئ للمشاهد
فرصة التفكير والمشاركة ، كما تهتم بشكل خاص بالتراث والتاريخ
والخلق والابداع والابتكارات والتخيل والمحاولة .

التليفزيون المحلى (القاهرة الكبرى - القناة - الاسكندرية) :

يعتبرالتليفزيون المحلى أحدث الظواهر الاعلامية المصرية وكان أهم
ماشده عام ١٩٨٥ انشاء قناة ثالثة ، تكون نواة للتليفزيون المحلى
بدأت ارسالها رسميا فى السادس من أكتوبر عام ١٩٨٥ ، لتغطي
محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة - الجيزة - القليوبية)
وقد روى ذلك فى التخطيط لبرامجها ، التى تتم بالسرعة والابجاز
وتقديم جرعات مناسبة من برامج الخدمات ، ومتابعة الحياة اليومية
لسكان القاهرة الكبرى ، بما فيها من مشكلات ومعوقات وانجازات
وطموحات ، ومن جهة أخرى أنشئت محطة تليفزيون القناة فى
مدينة الاسماعيليه ، لتكون المحطة الأولى التى تنشأ فى المحليات



نماذج لمحطات الارسال والاستقبال والارضية



وبعيدا عن العاصمة ولأول مرة ، ولتغطي محافظات منطقة القناة الثلاث (السويس - الاسماعيلية - بورسعيد) ، وقريباً تنضم لها محافظة الشرقية ، وتتميز هذه المنطقة بخصائص وثقافات متقاربة ، وسكانها معرضون لاستقبال الارسل التلفزيوني من دول أخرى ، أخطرهما التلفزيون الاسرائيلي ، لذلك كان ضروريا زيادة عدد القنوات الموجودة في هذه المنطقة حفاظا عليها من التأثير بغير الاعلام المصري وبدأت محطة تلفزيون القناة إرسالها في الرابع والعشرين من أكتوبر عام ١٩٨٨ ، في اطار الاحتفالات بانتصارات أكتوبر المجيدة وتهدف الى تعميق وربط وزيادة انتماء سكانها لبيئتهم ومجتمعهم المحلي ، والمحافظة على ذاتية هذه المنطقة وثقافتها وحضارتها لتحقيق الدور المستهدف من أجل تنمية شاملة فيها .

ومن جهة أخرى أنشأ قطاع الهندسة الإذاعية ٣ محطات محلية في كل من الاسماعيلية وبورسعيد والسويس لخدمة التلفزيون المحلي بمنطقة قناة السويس ، في اطار الزيادة الأفقية في عدد المحطات العاملة لخدمة المناطق الجديدة وبعد الانتهاء من انشاء القناة الخامسة في مدينة الاسكندرية ، لتغطي محافظات الوجه البحري الشماليه كالاسكندرية والبحيرة ، ولتصبح أحدث القنوات المحلية دعماً لخدمة التلفزيون المحلي ، كما تسعى الهندسة الإذاعية الى الزيادة الرأسية ، والتي تتمثل في تحسين مستوى الأداء للمحطات العاملة لخدمة الأهداف الاعلامية التي تستهدفها الدولة ، وطبيعي يخدم التلفزيون المحلي (بقنواته الثلاث) في القاهرة الكبرى ، والقناة والاسكندرية ، مجتمعا محددا ومتناسقا من الناحيتين الطبيعية والاجتماعية ، كما أن له خصائصه البيئية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المتشابهة والتميزة ، وتجمع أفراد وحدة فكرية وثقافية تكاد تكون متقاربة ، وعن طريق التلفزيون المحلي يمكنهم التعبير عن مصالحهم ، كما أنه يعكس أفكارهم ، ويلبي احتياجاتهم ، ويقدم لهم أحداث مجتمعتهم ويناقش معهم المشكلات التي تمس صميم حياتهم ويقدم لهم كل ألوان الثقافة الفنية النابعة من بيئاتهم .

امكانات وتطورات جديدة :

لعل أكبر ثورة حدثت في التليفزيون هي (الفيديو تيب) (video Type) ونعني به الشريط الذي يستطيع تسجيل الصورة والصوت معا على سطحه المغناطيسى ، وونما حاجة الى طبع أو تحميل الخ ، فالفيديو تيب يمكن أن يذاع بمجرد الانتهاء من تسجيله ، ويمكنك أن تنقله من مكان الى مكان فى الحال وبسرعة وتتنوع شرائط الفيديو من حيث الحجم (٢ بوصة - ١ بوصة - ٢ بوصة - ٣ بوصة) ، وتنخفض نوعية جمال الصورة بانخفاض حجم الشريط وأجهزة تسجيل الفيديو خفيفة الوزن نسبيا ، ويمكن استخدام شريطها عدة مرات ، ومن مزاياه أنه يمكن المشاهد من التحكم فى المشاهدة أو التعرض للمادة المسجلة عليه (٢٥) ، ويمكن عرض المادة المسجلة على (Monitor) جهاز استقبال تليفزيونى يتصل سلكيا بجهاز عرض الفيديو ، وشهدت اواخر الستينات ومعدات التصوير حتى أصبحت أكثر قدرة عن سابقتها التى تم اختراعها فى أواخر الخمسينات ، هذا بالإضافة الى سهولة تشغيلها ، وتستخدم أجهزة الفيديو فى تسجيل مشاهد حية live location تسجيلا مباشرا ، أثناء حدوثها باستخدام اله التصوير الاليكترونى (الفيديو) ويتم بعدئذ تفسير المشهد اليكترونيا فتسرى النبضات اليكترونيا فى الكابل الواصل بين الكاميرا وجهاز التسجيل ، الذى يقوم بتكبيرها وتحويلها الى مجالات مغناطيسية تسجل على الشريط .

اسطوانات الفيديو :

ظهرت فى أواخر السبعينات اسطوانات الفيديو V. discs ، ويعتبرها علماء الاتصال علامة بارزة فى حفظ وتخزين المعلومات المصورة وتدفعها ، وتشبه اسطوانات الفيديو الاسطوانات العادية الخاصة بالجرامافون ، فهى مصنوعة من البلاستيك أيضا ، لكنها مسجل عليها بالصورة والصوت بعكس اسطوانات الحاكي المسجل عليها بالصوت فقط ، وتحتوى كل اسطوانة فيديو على كل وجه من وجهها

مادة تليفزيونية ويتضمن الوجه الواحد من ٣٠ دقيقة الى ساعة وتستخدم أشعة الليزر في تشكيل سطحها ، وتستخدم في عرض جهاز Video disc player خاص بعرض الاسطوانات الفيديو ، ولا يمكن مسح هذه الاسطوانات أو التسجيل عليها .

الميكروفيديو كاسيت :

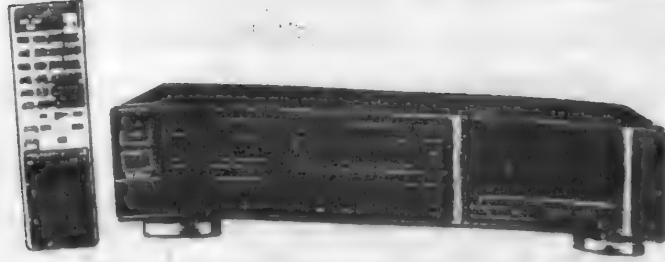
ومن جهة أخرى بدأ يظهر في الاسواق جهاز تسجيل فيديو خفيف الوزن ، سهل الحمل ، ويعتبر أصغر جهاز فيديو تم تصميمه حتى الان في عالم مسجلات الفيديو كاسيت ، وهو نظام ١/٢ بوصة ويعمل وضوحا بالصورة ، ونقاء بالصوت ، ويعمل على أحد ثلاث مصادر للطاقة ، اما مصدر كهربائي داخل المنزل ، أو العمل ، أو أي مكان آخر ، أو يستخدم بطارية السيارة ، أو بطارية الجهاز نفسه والتي يتم شحنها قبل بدء العمل على الأقل بفترة كافية ، ويؤمن الشحن من البطارية ٤٠ دقيقة من التصوير مع الكاميرا ، وساعة وثلاث تشغيل بدون كاميرا ، ومدة الشحن تقل الى ساعة واحدة والجهاز مزود بمؤشر للذاكرة ، وآخر للاندثار ضد الرطوبة كما يستخدم في الضبط حسب الطلب ، وهو مثالي جدا لرجال الأعمال خاصة في التعليم ، وذلك لصغر حجمه ، وسهولة نقله داخل حقيبةه الصغيرة .

انتشار الفيديو في مصر :

بدأ الفيديو في الانتشار في مصر عام ١٩٧٥ ، وخلال عشر سنوات بلغ عدد أجهزة الفيديو ما يقرب من ثلاثة ملايين جهاز يتراوح ثمن الواحد منها بين ١٣٠٠ - ١٥٠٠ جنيه (٢٦) ، وانتشرت في مصر نوادي الفيديو لتداول شرائط الفيديو العربية أو الاجنبية وبعضها يتيح المشاهدة الجماعية لشرائط الفيديو بين مجموعة من المشاهدين تربط بينهم الصداقة أو العلاقات الاجتماعية بصورة واضحة وتلعب المشاهدة الجماعية دورا رئيسيا بالنسبة لهم ، مما يجعلنا

نطالب بالاهتمام بها ، ومراقبتها ، حتى تؤدي الهدف الايجابي منها
في الوقت الذي يزداد فيه الطلب على شرائط الفيديو ، وتشير احدى
الدراسات الميدانية أن ٣٤٢ شخصا تبلغ نسبتهم ٤٢٫٧٥ ٪ لعينة
عشوائية قوامها ٨٠٠ حالة على مستوى الجمهورية يملكون جهاز فيديو
مما يؤكد انتشارها ليست فقط في القاهرة والاسكندرية وانما تعدى
ذلك ليشمل العواصم الحضرية بالوجهين البحرى والقبلى ويشير ٢٢٫١٠ ٪
من عينة الدراسة أنهم يمتلكون نحو ٢٠ شريط فيديو ، وتشير
الدراسة الى أن ٧١٫٦٣ ٪ من الجمهور يتعاملون مع المراكز الخاصة
بالفيديو كاسيت ، وأخطر ما فى الأمر أن مشاهدة الذين يملكون
أجهزة الفيديو المنتظمة بلغت حوالى ٩٣٫٨٦ ٪ ، وهى نسبة مرتفعة
جدا وذلك لما يشكله هذا الجهاز من جاذبيته ، وقد تقاربت النسبة

تلفزيون بالريموت كنترول

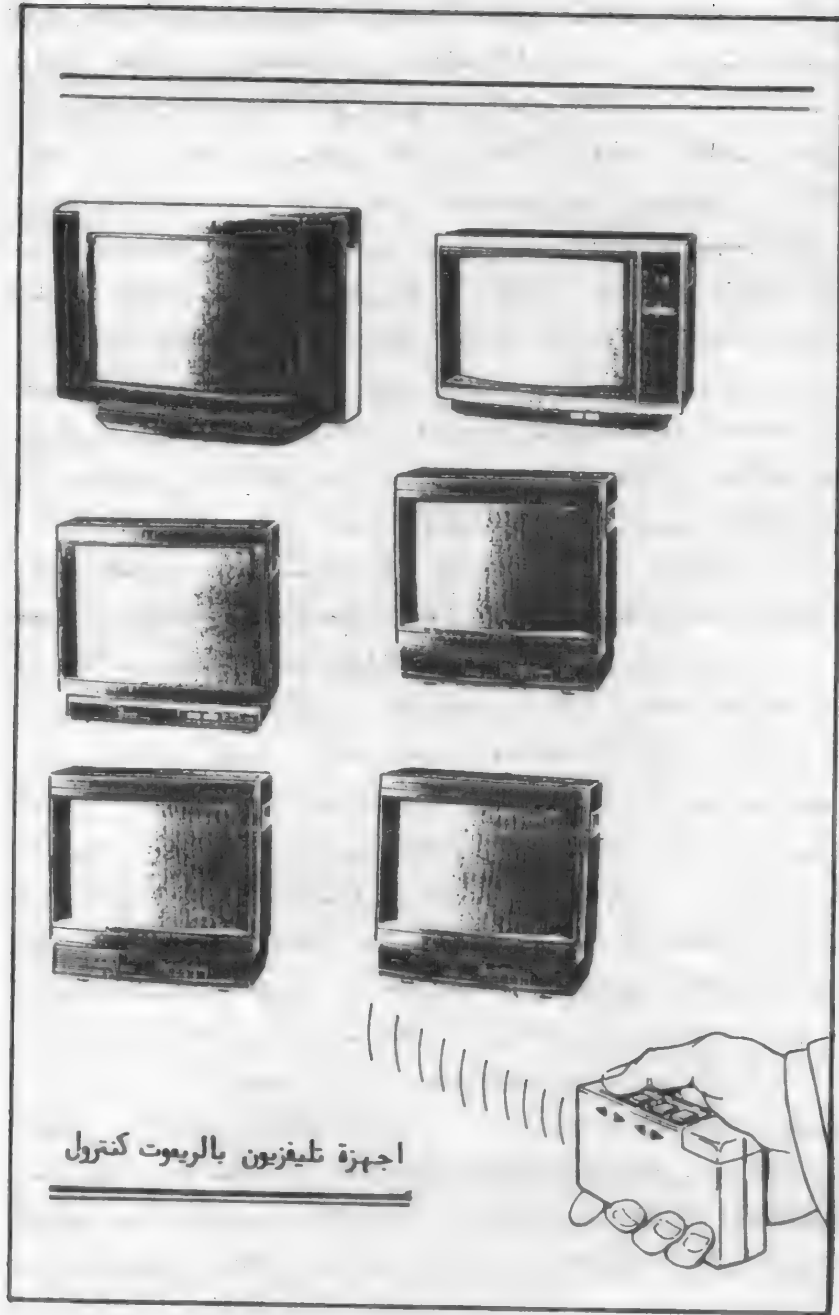


فيديو بالريموت كنترول

تماما بين الذكور والاناث (٢٧) ، وبالتالي يصبح الفيديو جزءا من حياتهم اليومية ، ويصبح تأثيره عليهم واضحا .

التلفزيون السلكى :

أوما يعرف بتلفزيون الكابل ، والأصل فيه أنه اختراع يلبي الحاجة الى توصيل الاشارات الى الجهات النائية ، وأذات الظروف الجغرافية و الطبيعية الصعبة ، والتي يتعذر ربطها بالتلفزيون التقليدى فى حالة وجود عوائق طبيعية تحول دون وصول الشاشة التلفزيونية وبالتالي عدم وضوح الصورة التلفزيونية الى شاشات الاستقبال التلفزيونى فى المنازل ، أما التلفزيون السلكى فانه يعطى نتائج طيبة للغاية بل أنه يعطى نتائج ممتازة فى حالة الارسال الملون ، لكنه سرعان مايصبح وسيلة اتصال هامة وخطيرة قائمة بذاتها ولها خصائصها التي تميزها عن غيرها ، بل أنه يتفوق على التلفزيون التقليدى فى كثير من التطبيقات الثقافية والعملية ، ويمكن البث منه على أربعين قناة ، كما أن كل مجموعة من مجموعات التلفزيون السلكى يمكن ربطها بالمجموعات الأخرى عن طريق الأقمار الصناعية كما يمكن استخدامه فى علاج بعض حالات البث التلفزيونى العادى السئ ، أو الذى يحقق استقبالا غير مرض ، ولبشيع اهتمامات المشاهدين ورغباتهم فى الوصول الى صورة أوضح ، واختيار البرنامج الذى يروق لهم من بين أعداد البرامج الهائلة ، والمنتجة محليا أوالتي تأتى عن طريق الكوابل المحورية أو الأقمار الصناعية وأصبح التلفزيون السلكى فيما بعد اضافة جديدة للتلفزيون التقليدى ، كما أصبحت له شخصيته المفضلة وتأثيراته القوية فيما بعد ، خاصة ونعتبره تلفزيون الحربة والتنوع فى ارضاء أذواق الفئات المتعددة والمشارب المختلفة مقابل الاشتراك فى قنواته وهكذا يدفع المشتركون رسم اشتراكهم فى القناة ، أوفى جزء من برامجها ، أوفى برنامج من برامج الشبكة ، كأحدى محطات التلفزيون السلكى ، والمعروف أن تكنولوجيا التلفزيون السلكى تتضمن مرشحات على الخط الفرعى لحجب الارسال عن بعض



المشركين أو السماح لهم بالمشاهدة ، وتقدم شبكات التلفزيون السلبي العديد من الخدمات في مختلف المجالات ، والتي ترضى أذواق الفئات المختلفة ، في السياسة والعلوم والاقتصاد والفنون والآداب والزراعة والموسيقى والأوبرا والثقافة والطب والقانون وغيرها من التخصصات مهما كانت متنوعة وغريبة ، ويستطيع من خلال تعدد قنواته التي يمكن أن تصل إلى الأربعة أن يبتثها بنجاح وفقا لمعايير الحرية والتنوع وليعطي الفرص الكثيرة والمتنوعة لمختلف الاتجاهات والآراء ، وهكذا يحقق أهدافا مختلفة ، لأنه يساعد على خلق مناخ الحرية والتنوع ، وتعدد الأفكار والآراء والاتجاهات وهو جو صحي في نهاية المطاف ، فوجدناه بخدم الفئات المختلفة من المشاهدين كالأطفال فمثلا يقدم برامج تخدم الفئات المختلفة من الأطفال ، قبل طفل المدرسة ومابعدها ، وفي تدريب الفنيين واعداد الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات الصناعية أو الزراعية أو الصحية ، حيث وجدنا خدمات طبية ناجحة للعاملين في مجالات الطب والطب الوقائي ، وخدمات تعليمية رسمية أو غير رسمية ، وكذا تعليم الكبار ، وفي السياسة حيث يخص لكل حزب سياسى قناة من قنواته ، ليقدم أخطاره ومواقفه وآراءه في مختلف القضايا ، ومجالات مثيرة لعل من أطرافها تلك التي تستخدمها الجهات الأمنية أو التعليمية للربط بين قيادات الأمن وأقسام الشرطة ، وبين الرئاسات التعليمية ، والمدارس وبين المسؤولين في وزارة الصحة والمستشفيات ، وكثرا ما يستخدم للتطبيب عن بعد أو للتعليم عن بعد وكثيرا ما يستخدم للانداز ضد الحوادث والحريق في مجالات الأمن الصناعي ، أو التأمين ضد السرقات ، أو الاعلان عن اختصار العاملين فضلا عن خدمات البيع والشراء ، فمن المعروف أن من أهم خصائص التلفزيون السلبي ثنائيه الاتجاه TWD Ways Com. بحيث يمكن تبادل الاتصال بين القائم بين الاتصال والمستقبل ، مما يحقق التفاعل بين طرفي عملية الاتصال ، وهكذا يقترب الاعلام الجماهيري في التلفزيون السلبي بشبكاته وقنواته من الاتصال الشخصي المباشر . (٢٨) Personel Com.

الارسال التلفزيونى المزدوج:

ويشكل نظام الارسال المزدوج أو ما يعرف بنظام الاتصال المباشر One Line وفى اتجاهين Two Ways. أفضل وسائل تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني لإقامة اتصال تلفزيونى بالصوت والصورة والكتابة فى اتجاهين باستخدام الكوابل المحورية Cables وبواسطة محطات طرفية Terminals، كان لها صدى عظيم جدا ، مما أدى الى استخدامها فى مجالات هامة منها :

١ = نشر وتبادل المعلومات المرئية فى مختلف المجالات الإلكترونية Viedata ، حيث يستفاد من بنوك المعلومات ، وقنوات التلفزيون السلكي والهاتف فى ارسال أو استقبال النصوص أو الصور والرسوم بين طرفي عملية الاتصال ، كالفيديو تيكس Videotex ، وتطبيقاته الكثيرة التى ظهرت فى كثير من الدول بأسماء مختلفة ، مثل سيفاكس CeeFax ، وبرستيل Antiope ، وتلتيل Teletel وفيوتروث وتليستون Telidon وفستا Vista وتليست Teleset وكابتين للكتابة على التلفزيون الخ .

حيث يتلقى القائم بالاتصال من المشاهد أو امره أو أسئلته فى مختلف المجالات ، ليجيب عليها من خلال الكمبيوتر ، وعن طريق شبكة الاتصالات الإلكترونية ذاتها ، وبالتالي تصبح قدرة الفيديو تيكس على تقديم المعلومات لانهائية ، لأن المعلومات تنتقل عبر شبكة اتصال مرئى دائمة ، وفى حوار تفاعلى على Interactive dialogue مقابل دفع الاشتراك فى الخدمة التى تقدمها الشبكة ، يعكس نظام التليتكست Teletext ، الذى يستخدم قناة ارسال مفردة وبحيث لا يحدث أى نوع من التفاعل المزدوج أو الحوار التفاعلى المتبادل بين القائم بالاتصال فى هذه الخدمات وبين المستقبلين المستخدمين منها (٢٩) .

٢ = عقد الاجتماعات التليفزيونية للمشاركين في اجتماع واحد عن بعد ، ومن مواقع جغرافية مختلفة ، في نفس الوقت ، وذلك لبحث او مناقشة قضية أو مشكلة في أى مجال من مجالات الحياة المتنوعة ، فقد تكون بهدف الاتصال التليفزيوني بين شخصين كما في التليفزيون المرئي video Telephone أو كما تستخدم في المناظرات أو المؤتمرات أو الندوات والاجتماعات العلمية أو الطبية أو السياسية أو الثقافية أو الفنية ، حيث يمكن أن تشترك مجموعة في اجتماع واحد منقول بالصوت والصورة من وإلى كل طرف .

الارسال التليفزيونى المنفرد (Oneway T . V . T) :

ويتضمن نظم التليفزيون السلكى والتي تقدم خدماتها لفئات جمهور المشاهدين كالقنوات التعليمية المخصصة للأطفال من أنواع التعليم الرسمى ، أو غير الرسمى كما في تعليم الكبار ... الخ . وكذلك نظام الشبكات الخاصة ، كالتى تعتزم احدى الشبكات الاخبارية CNN تقديمها في مصر بالتعاون مع تليفزيون ج . م . ع مقابل دفع الاشتراك السنوى ، وكذلك نظام التليتكست Teletex ، والذي يقوم بارسال المعلومات في اتجاه واحد منفرد ، وبدون تفاعل متبادل كالنوع السابق ، ويقدم هذا النمط من الارسال عروضاً اخبارية متنوعة من بينها نتائج المسابقات الرياضية ، واخبار سوق المال والأحوال الجوية ... الخ ذلك من معارف ومعلومات تهتم المشاهد العادى .

وفي بعض الانظمة يوجد كشاف على الشاشة يعلم المشاهدين بأنواع المعلومات المتوافرة لدى الشبكة وأرقامها ، وعند اختيار رقم معين يحصل المشاهد على المعلومات المطلوبة ، كأحوال الطقس وأنواع المسرحيات ، وأسعار العملات ونتائج المباريات ، لكن دون أن يحدث تفاعل مزدوج ومتواصل بين الشبكة وبين المستقبل ، ومن جهة أخرى هناك بعض الشبكات السلكية التى تقدم خدماتها المحدودة

والمسجلة على أنماط الفيديو المتنوعة ، (كالأشرطة VTR أو
اسطوانات الفيديو Videodiscs) والتي تجسد مختلف المعارف
والمعلومات والأحداث بالصوت والصورة والحركة واللون ، أو الدرامية
كالتمثيليات والمسلسلات أو السلاسل الدرامية ، أو قد تنقل صوراً
لدوريات (صحف - مجلات) الإلكترونية ، و يتم مزج فيها
العديد من التقنيات كالإرسال بالأقمار الصناعية ، والألياف البصرية
وإستخدام تكنولوجيا الفاكس لنقل الصفحات المكتوبة أو الموضوعات
الصورة والطباعة الإلكترونية ، كما يحدث في العديد من دول العالم
حيث أصبح هناك أكثر من مائة مؤسسة صحفية في أكثر من أربعين
دولة تنقل صفحات جرائدها لطبعها عن بعد ونشرها في مواقع متعددة
من دول العالم في وقت واحد ، ونجد منها على سبيل المثال
الفينانشيال Financial Times وول ستريت The Wall
Street Journal والنيوزويك Newsweek ، ومجلة
الايكونوست The Economist ، والتايم Time والأهرام
القاهرية والشرق الأوسط ، وكل هذه الصحف والمجلات تطبع في أكثر
من ست مواقع ، وتصل إلى مايقرب من ١٢ موقعا مختلفا في العالم
حيث توزع في نفس اليوم (٣٠) ، وهكذا تنتقل هذه الخدمات من
الشبكات الوطنية وعبر الأقمار الصناعية إلى مناطق العالم المختلفة
لتحقق احتياجات جمهورها من القراء أو المشاهدين في مختلف
المجالات الاعلامية أو التثقيفية أو التربوية أو الترفيهية ، ولها أثرها
الواضح على كافة الجوانب المعرفية للأفراد ، كما يمكن أن تلعب
دورا أكثر أهمية في مجالات أخرى كالتدريب المهني ، أو الحرفي
أو التعليم غير النظامي في مناطق التجمعات العمالية ، أوفي مواقع
عملهم سواء كانت إنتاجية أوخدمية ، وتؤثر على نواحي المعيشة
اليومية واتخاذ القرار من أجل تحسين مستوى الأفراد ، وبما ينعكس
في أحوال الدولة كلها .

كما ان انتشار هذه الخدمات من شأنه أن يحدث تغييرات
جذرية ، وتشير إحدى نتائج استطلاع الرأي للمستفيدين من بعض هذه
الخدمات بعد تجربتها في بعض الدول أن ٩٠٪ منهم أعجبهم هذه
الخدمة ، وقرروا أنها يسرت لهم كثيرا من مهامهم اليومية وأشار ٤٥٪

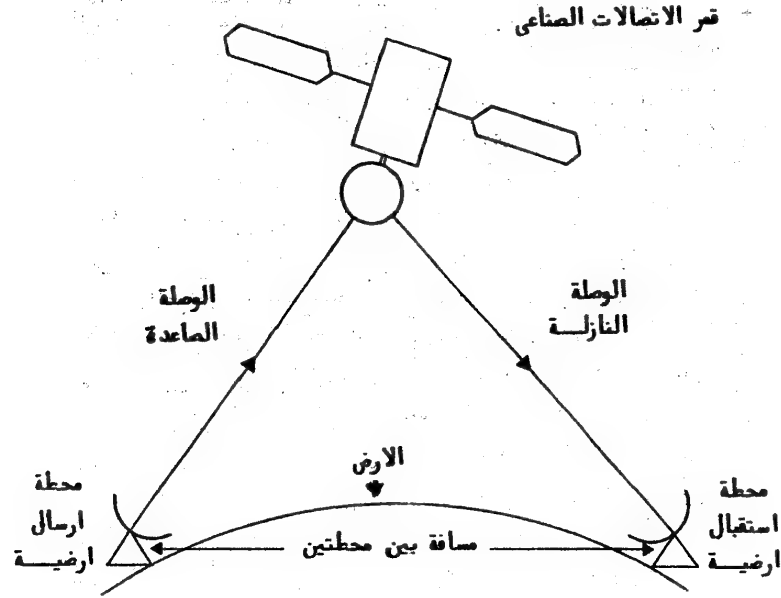
منهم أن مشاهدتهم لبرامج التلفزيون العادية قد قلت عن ذي قبل
وقرر ٢٠٪ أن قراءتهم للمصحف قد تناقصت أيضا وجاء ترتيب
الخدمات التي طلبوها على الوجه التالي (٢١) :

- * آخر الأخبار
- * الاتصال وتوجيه الرسائل
- * الأنشطة الترويحية والمناسبات الهامة .
- * قوائم الطعام وأماكن تناوله في المطاعم .
- * التعليم بما فيه من دراسة اللغات .
- * قيادة السيارات ، والاستعداد للحصول على رخصة القيادة
- * خدمات المستهلكين لشراء حاجاتهم ، ومعلومات عن السلع
وأسعارها ومن أهمها (البقالة - تذاكر المسرح - الأدوات
المنزلية - الملابس - الكتب - الاسطوانات - معدات التصوير
الاثاث - الأدوات الرياضية) .
- * التعرف على مختلف الألعاب والأفاز ، ونتائج المباريات
الرياضية ، وكذا المعلومات الصحية والطبية ، وجدول ومواعيد
وسائل النقل ، وبرامج الرحلات ، والإجازات ، وإدارة الأموال
بما فيها الخدمات المصرفية ، والمعلومات الخاصة بشراء
أو استئجار العقارات ، والعناية بالسيارات وصيانتها
وأسعارها .

الاتصالات الفضائية :

يحتاج الارسل التلفزيوني الى محطات ارسال واستقبال كثيرة
لنقلها وتبادلها ومد آفاقها لمسافات شاسعة على ظهر الكرة الأرضية
وتنبأ آرثر كلارك بإمكانية نقل الاتصالات الاليكترونية الى مسافات
بعيدة ، حيث نشر مقالا في هذا الموضوع في مجلة اللاسلكي عام ١٩٤٥
أشار فيه الى استخدام الأقمار الصناعية كمحطات توسط Relay
stations مثبتة في الفضاء الخارجي ، وهكذا ساعدت التكنولوجيا
المتقدمة في مجال الحاسبات والاليكترونات الدقيقة Micro
Electronics والتي يرجع الفضل اليها في تمكين العلماء من حساب

المدارات بدقة كبيرة ، وكذلك التقدم الهائل في الاتصالات
وتطبيقات علوم الفضاء والطاقة الجديدة والمتجددة وتداولها ، حيث
أطلقت الولايات المتحدة أول قمر صناعي Telstar للاتصالات



(نموذج يوضح الإرسال والاستقبال عن طريق قمر الاتصالات الصناعي)

عبر الأقمار الصناعية في صيف العام نفسه بين الولايات المتحدة
الأمريكية VSA وشبكة تليفزيون أوروبا القارية (EVN)
حيث تابعها ما يقرب من مائتي مليون مشاهد ، وتعتبر تكنولوجيا
الاتصالات الفضائية امتدادا لتكنولوجيا الاعلام على اختلافها ويعتبر
القمر الصناعي وسلا ترحيلها (مستقيل - مرسل) ، يستقبل

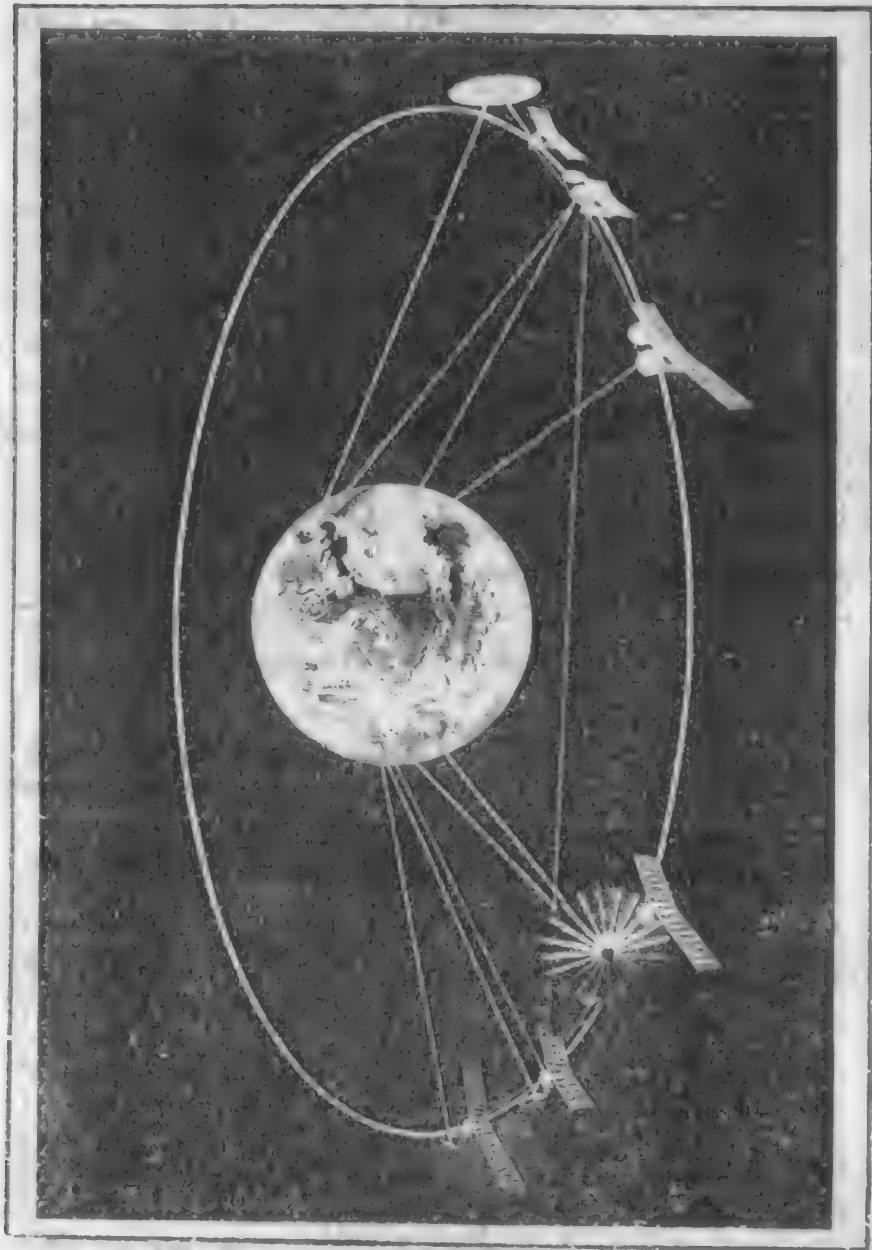
الاشارات التي تصله من المحطات الارضية ، والتي في الغالب تكون ضعيفة نسبيا بعد رحلتها الطويلة من المحطة الأرضية ، ثم يقربها ويعيد ارسالها بقوة عالية جدا مما يحقق استقبال محطات أخرى لها على مسافات بعيدة على ظهر الكرة الارضية ، ويتم هذا التحويل في القناة القمرية Transponder ، ويختلف عددها من قمر صناعي الى اخر ، والقناة القمرية يمكنها نقل برنامج واحد بالصوت والصورة أوماتتين وأربعين دائرة صوتية أوماتفية ، وكلما يزداد عدد القنوات القمرية يؤدي ذلك الى زيادة حجم الاتصالات المسموعة والمرئية التي تتم عن طريقها ، وكلما يؤدي ذلك بالطبع الى زيادة حجم القمر الصناعي ووزنه ، وبالتالي يزيد من تكاليفه ، ويحمل القمر الصناعي بالإضافة الى معدات القنوات القمرية معدات أخرى مختلفة منها وصلات (هوائيات) تختص بالتقاط الترددات وارسالها وأجهزة لتسجيل الصوت والصورة ، وتكبيرها ، وإعادة بثها ، فسي وقتها المحدد هذا بالإضافة الى مصفوفات اللاقطات الشمسية Solar Panels ، والتي تكون أشبه بأجنحة مطوية عند اطلاق القمر ، لكنها تمتد عندما يبلغ القمر الصناعي مداه ، ليتعرض أكبر قدر منها لأشعة الشمس ، والتي تعتبر بمثابة طاقة غير تقليدية وتكفي لتشغيل القمر وقت الظلام ، كما يحمل القمر كميات من الوقود لتشغيل محركات رفعه ، والتي تعمل على ضبط موقعه في مداره المحسوب ، والمحافظة على موقعه باستمرار ، وعندما ينتهي عمر القمر الافتراضي باستهلاك معدات القنوات القمرية ، التي قد تبلى أو تضعف ، وبالتالي تقل قدرتها على تحويل الترددات ، وتصبح أكثر ضعفا وتشويشا ، ويصل العمر التشغيلي لمعظم أقمار الاتصالات نحو سبع سنوات (٢٢) ، ويلاحظ أنه كلما كانت الاقمار الصناعية ضعيفة كلما تطلب ذلك استخدام محطات أرضية قوية والعكس صحيح ، فهناك علاقة بين قوة القمر وحساسية المحطة الأرضية ، وكلما كانت الاقمار الصناعية أكثر قوة تصبح بالتالي أكثر وزنا وأكثر تكلفة ، وتكون المحطات الارضية أبسط وأصغر ، وأقل تكلفة ولهذا فالمحاولات مستمرة لتطوير تكنولوجيا الأقمار الصناعية ولعدد في القنوات القمرية

وبالتالى تصبح تكنولوجيا الفضاء أكثر تعقيدا ، وأصبح إطلاق الأقمار الصناعية سباقا بين القوى العظمى فى عصرنا ، ويشهد الفضاء الخارجى عمليات متتابة لإطلاق الأقمار الصناعية تقصدا من حيث التقنية والدقة ، وتتطور يوما بعد يوم من حيث الكفاءة فى تأدية المهام الممنوعة بها ، وتختلف الأقمار الصناعية باستخداماتها فمنها ما يستخدم لأغراض عسكرية كالتجسس ، ورصد تحركات القوات والعتاد ، ومنها ما يستخدم فى أغراض علمية ، كمرصد التيارات والاستشعار من البعد ، وعمل المسوح الجيولوجية ، التى تفيد فى التنقيب عن التيارات والموارد المختلفة ، ومنها ما يستخدم فى رصد الأحوال الجوية والطقس ، وترشيد مسارات السفن الملاحية ومنها ما يستخدم فى نقل المعارف والمعلومات بالصوت والصورة ، أو الاتصالات الهاتفية ، أو التلكس أو الفاكسلى ، كما فى نقل صفحات كاملة من الصحف وطباعتها عن بعد فى أماكن بعيدة .

ومن جها أخرى يمكن تصنيف أقمار الفضاء حسب قوة أجهزتها اللاقطه والمرسله للترددات وقنواتها ومداراتها حول الكرة الأرضية (٢٢) ، ومن جهة أخرى هناك الأقمار غير الثابتة ، وتعتمد على عدد من الأقمار التى تشكل شبكة متكاملة على مدار واحد لتضمن استمرارية تعامل المحطات الأرضية طوال الأربع والعشرين ساعة معها ، لأنها تدور بسرعة أكبر حول الأرض من دورانها حول نفسها ، مما يصعب متابعة القمر الواحد من هذه السلسلة من الأقمار وأوقات محدودة تبلغ عشرات الدقائق كل ثلاث ساعات تقريبا ومنه الأقمار السالبة Negative Satellite وهى عبارة عن أسطح عاكسة للإشارات التى تصلها من الأرض ، كالقمر الأمريكى Echo score ، ولا يحمل هذا النوع من الأقمار أية أجهزة للتعامل مع هذه الإشارات ، وبالتالي فهى قليلة التكاليف وتوجد على مسافة قريبة من سطح الأرض ، مما يحد من المساحة التى يمكن أن تغطيها وتتأثر بالعديد من العوامل الجوية . مما يفقدها دورها فى التقاط وإعادة الإشارة ، والمزودة بالعديد

من الأجهزة التي سبق أن أشرنا إليها كالقنوات القمرية ، وأجهزة التسجيل والارسال . . . الخ ، ومنها أقمار تليستار Relay ، Telstar أن الأقمار الثابتة أو المتزامنة ، والتي تبدو ثابتة في الفضاء لأنها كما أوضحنا تدور بسرعة متزامنة أو متوافقة مع سرعة الأرض ، وفي نفس اتجاه دورانها ، وبالتالي فهي تغطي نفس المكان على الكرة الأرضية وأمكن تغطية الكرة الأرضية بثلاثة أقمار صناعية من هذا النوع ولتأمين الاتصالات بين كافة أرجاء المعمورة ، مثل الأقمار التابعة للرابطة الدولية لأقمار الاتصال Intelsat ومنها القمر الكائن فوق المحيط الهندي والقمر الكائن فوق المحيط الأطلسي .

من جهة أخرى تتنوع أقمار الفضاء ، طبقا لمعيار آخر حيث نجد ما يعرف بأقمار التوصيل المرحلي point to point Sateuite وترتبط بين محطتين ، ويتميز هذا النوع من الأقمار بكفاءته العالية ، ومن جهة أخرى هناك أقمار التوزيع Distribution Satellite ، حيث تقوم أقمار هذا النوع بتوزيع الاشارات التلفزيونية الى مناطق واسعة وتكلفة أقل ، ويتميز هذا النوع من الأقمار بزيادة قوة ارساله ، يستخدم هذا النمط أقمارا قوية وبالتالي يمكن استخدام محطات أرضية متوسطة وصغيرة وقليلة التكاليف ، كما يمكن استخدام محطات صغيرة ومتنقلة يمكنها التعامل مع القمر الصناعي ، أما النوع الثالث فهو ما يعرف بأقمار البث المباشر Direct Broadcat حيث ترسل الأقمار الصناعية اشاراتها مباشرة للمشركين ، ودون حاجة الى استخدام المحطات الأرضية الوسيطة بتكاليفها الباهظة ، ومثل هذا النوع من الأقمار موجود في بعض دول العالم المتقدم ، حيث تستخدم في الاتصال المباشر ، ودون توسط المحطات الأرضية ، وخاصة في المحيطات والبحار حيث تعاون في تحديد مواقع السفن في المحيطات وحركة الطائرات ، كما يتولى بعض هذه الأقمار الصناعية البث التلفزيوني المباشر للبرامج التي يلتقطها من الأرض ، وتغطي مساحات شاسعة وعددا من الأقمار بحيث لاتنقطع اشاراته المرسله بالمحطات الأرضية

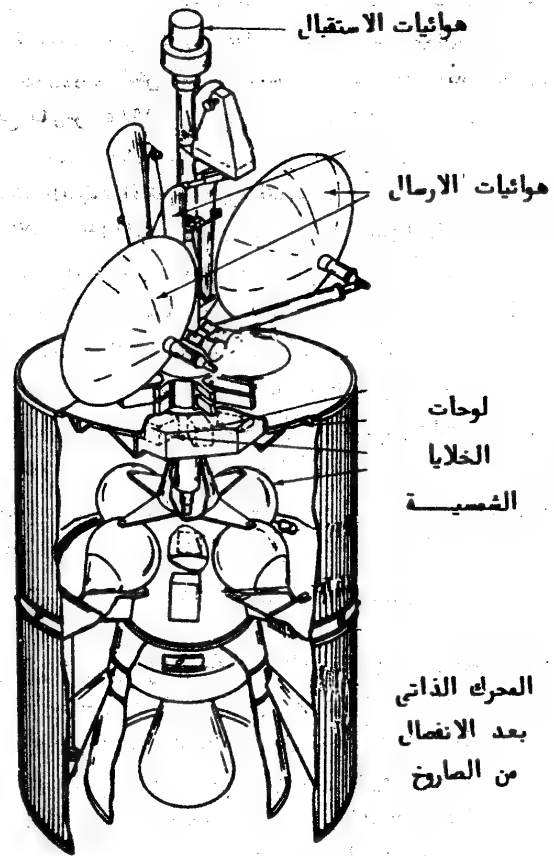


مجموعة من ارقام الاتصالات الصناعية تدور في فلك الارض

وانما يتم استقبالها مباشرة في أجهزة التلفزيون في المنازل بعد مواءمتها ، وتمت تجربة هذه الأقمار للبيث المباشر بنجاح في الهند وكندا وفرنسا وألمانيا ، ويعتبر القمر الهندي أول قمر للبيث التلفزيوني المباشر استقباله المشاهد الهندي من القمر الصناعي وباستخدام هوائيات طبقية ذات قطر لا يتجاوز المتر بوضع فوق أسطح المنازل ، والهوام تصنع هوائيات الالتقاط المباشر من الأقمار الصناعية في أشكال فردية وبسطة ، ويدون أية تجهيزات معقدة وبأحجام صغيرة وغير مكلفة ، ويوجه الهوائي توجيهها ثابتا للتعامل مع الأقمار للبيث المباشر ، ولبحرم الدول من السيطرة أو التحكم في اختيار البرامج القادمة من الخارج ، ولتحقق للمشاهد أعلى درجة من حرية التعرض للبرامج التلفزيونية ، التي تروق ، ومن أبلغ التجارب في هذا المجال التعاون المشترك بين كل من فرنسا وألمانيا الاتحادية لاطلاق قمر صناعي يغطي فرنسا ، وآخر يغطي ألمانيا ، لتحسين الخدمات التلفزيونية ، وإضافة خدمات تلفزيونية جديدة تستهدف التعرف على الثقافات الأخرى .

الشبكات العالمية للاتصالات الفضائية :

لا تزال الاتصالات الفضائية حتى الآن محكومة باعتبارات تكنولوجية متقدمة جدا ، كما تحكمها عدة متغيرات سياسية واقتصادية ، وهناك شبكات عالمية للاتصالات الفضائية على غرار شبكة الانتلسات Intelsat والتي ترجع نشأتها الى عام ١٩٦٤ ، وهي منظمة دولية تضم الدول غير الشيوعية ومركزها الرئيسي في واشنطن ، ويتلخص دورها في تحقيق استمرارية وتطوير شبكة الاتصالات الفضائية ، وبهدف خلق نظام تجاري موحد لاستخدام أقمار الفضاء على مستوى العالم ، وتمول من حصيلة أوعائد استخدام أقمارها واشتراكات أعضائها اللذين يزيدون عن مائة دولة ، ويمكن لأكثر من دولة امتلاك محطة أرضية ، وأحتي للدولة الواحدة امتلاك أكثر من محطة ، كما في المملكة العربية السعودية وبعض الدول العربية الأخرى ، ولقد أطلقت هيئة الانتلسات أكثر من ست أجيال



(نموذج لاساتيات القمر لاصناعي للاتصالات)

من الأقمار الصناعية منذ قمرها الأول Telesat حيث نقل
تلسات برنامجا تليفزيونيا حيا نظمته شبكة تليفزيون أورب
الغربية EVN بين الولايات المتحدة الأمريكية والسود
الأوربية ، حيث شاهده مائتا مليون مشاهد ، ويضم الجيل الأول من
أقمار الانتلسات (الطائر المبكر) Early Bird ، قنـاة
تليفزيونية واحدة ، و ٢٤٠ دائرة تليفزيونية ، أما الجيل الخامس
من أقمار الانتلسات فـضم عشرين قناة تليفزيونية ، ومايقرب من
١٥٠٠ دائرة تليفزيونية لكل قمر ، ويتكون الجيل من سبعة أقمار
أطلق أولها في مارس ١٩٨٥ .

أما الشبكة الدولية الأخرى فهي التابعة للانترسيوتيك Inters
Putnik للاتصالات الفضائية ، والتي صدر قرار انشائها فيما بين
مجموعة من الدول المتيوعة في عام ١٩٧١ ، وبدأت نشاطها في يوليو
١٩٧٢ ، ومقرها موسكو ، وتستهدف تأمين التعاون بين أعضائها
وتوجيه جهودها لتطوير الدراسات والخدمات وأسلوب العمل من
أجل نظام دولي للاتصالات الفضائية ، ولقد أطلقت الشبكة سلسلة
أقمار (البرق) Molonya ، وستاسيونار Stationar ، وتـحول
الشبكة من مساهمة الدول الاعضاء ، مقابل استخدامها للدوائـر
والقنوات القمرية ، وتوزع الأرباح بنسبة مساهمة كل منها في رأس
المال (٢٤) .

وتخدم هذه الشبكة أربعين محطة أرضية بكفاءة عالية .

من جهة أخرى توجد عدة شبكات اقليمية لخدمة اقليم محدود
كما في القمر الاندونيسى الذى يخدم بعض دول شرق آسيا مثل
أندونيسيا والفلبين وسنغافورة وتايلندا ، وكذلك الشبكة
العربية أو القمر الصناعى العربى ، الذى يخدم أقطار الوطن العربى
أو القمر الأوربى ... الخ ، وهناك سلسلة من أقمار الفضـاء
لخدمة دول بعينها لتأمين اتصالاتها المحلية كما فى الدول الصناعية
ومنها اليابان التى طورت انواعا من أقمار الاتصالات لخدمة
احتياجاتها المحلية ومنها (CTS) وفرنسا وألمانيا

وكندا الخ .
وتستخدم الأقمار الصناعية على المستوى الوطني بغية زيادة فرص
وكفاءة الاتصال بين أنحاء الدولة .

وهناك بعض الدول النامية التي ترى في استخدام الشبكات
المحلية وسيلة فعالة لتحقيق برامج وخطط تنميتها ، ومنها الهند
على سبيل المثال ، وهناك شبكات محلية تعتمد على أقمار الاتصالات
التابعة لهيئة الانتقالات ، أو الانترسبوتيك كما في المملكة العربية
السعودية والجزائر ونيجيريا ، وتستخدم في الاتصالات والنقل
التليفزيوني (٢٥) .

الشبكة العربية للاتصالات الفضائية وامكانياتها :

تمت الاستفادة عند بدء تكوين الشبكة العربية للاتصالات
الفضائية من التطور الكبير والسريع الذي تم في مجال الأقمار
الصناعية ، والاتصالات الفضائية ، والذي فتح مجالات كبيرة لتقديم
خدمات جديدة ، ومتخصصة لتلبي احتياجات المجتمع المعاصر
اعلاميا وثقافيا وتربويا ، ولخدمة الأهداف التنموية في كل جوانبها
وبعد اجراء العديد من الدراسات جاء تكوين الشبكة العربية
لل اتصالات الفضائية على نسق مماثل لتكوين شبكات الاتصالات
الفضائية الأخرى ، والتي تتكون من قطاع فضائي يشمل الأقمار
اللازمة ، وشبكة التحكم فيها ، وقطاع أرضي يشمل المحطات الأرضية
التي تتعامل مع القمر العربي على امتداد ١٢ مليون متر مربع
في مساحة جميع الدول العربية وتعمل الشبكة العربية في نطاق الحيز
(S.C.) ٦ جيغاهيرتز للوحدة الصاعدة و ٢ - ٤
جيغاهيرتز للوحدة الهابطة)
ونعلم أن الترددات الأساسية للأقمار الصناعية على الوجه التالي :

الوصلة الهابطة	الوصلة الصاعدة	الحيز	مسل
٤ جيجاهيرتز	٦ جيجاهيرتز	C	١
١٢ جيجاهيرتز	١٤	KU	٢
٢٠ جيجاهيرتز	٢٠	KA	٣
٢ جيجاهيرتز	—	S	٤

وتستخدم في تأمين الاتصالات الهاتفية والتلغراف والتلكس وتراسل المعطيات ، ولجميع الخدمات التليفزيونية وخدمات أخرى

ولقد أطلق القمر الصناعي العربي الرئيسي أو الأول صباح السبت ٨ فبراير ١٩٨٥ من مركز الفضاء في كورة بمستعمرة جويانا الفرنسية بواسطة صاروخ الايريان الفرنسي ، وأطلق القمر الاحتياطي الأول في ١٨ يونيو ١٩٨٥ بواسطة مكوك الفضاء الأمريكي التابع لوكالة الفضاء الامريكية NASA وأصبح القمر الرئيسي نتيجة أعطاله الفنية قمرا احتياطيا حيث تعطل عدد من قنواته القمرية .

كما تعرض لعدد من المشاكل المتصلة باستقرار وضعه المداري وبما يعوق أداء مهمته ، في حين تم الاعتماد بشكل رئيسي على القمر الاحتياطي الأول ، والذي أصبح الان قمرا رئيسيا .

ولعل أحد الاسباب التي عاقت القمر الصناعي العربي (عربسات) طوال الفترة الماضية الأزمات السياسية التي عانت منها دول المنطقة ولعل اقتراب الدول العربية ووحدها ، وعودة مصر الى الامة العربية أو عودة الامة العربية الى مصر ، ووضوح رؤية التضامن العربية يعاون في قيام تبادل عربي بين الدول العربية ، وتم استخدام القمر الصناعي العربي في نقل العديد من الأحداث الهامة على المستوى العربي ، الا أننا نلاحظ أن اهتمام هيئات التليفزيون العربية

ببرامج القمر الصناعي العربي لازال محدودا ، ربما لارتفاع
تعريفه الاتصالات على المستوى العربي ، والتي تساوى الرسوم التي
تتقاضاها الشبكات العالمية ، ومنها الانتقسات على سبيل المثال
(٢٦) وتوجد محطتان للتحكم والمتابعة فى القمر الصناعي العربى
فى كل من (الرياض) بالسعودية ، والدخيلة بتونس ، ويتضمن
التخطيط طويل الأجل للشبكة العربية استخدام سبع قذرات
تليفزيونية فى عربسات، لنقل ولتبادل البرامج التليفزيونية
والاستخدام العرض لدوائر التليفزيون بالدول الأعضاء ، ومن
التجارب المبشرة الاستخدام اليومى لارسال نشرة اخبارية
تليفزيونية يتم تجميع أخبارها بواسطة عربسات ، ولتختار منها
محطات التليفزيون العربية لتضمينها فى نشراتها الاخبارية ، ويتم
الآن انشاء العديد من المحطات الأرضية التى يتم التعامل من
خلالها مع القمر الصناعي العربى ، ومنها المحطة التى تنشأ فى مصر
ومن المقرر أن تبدأ عملها خلال نوفمبر ١٩٩٠ ومن جهة أخرى أصبح
هناك أكثر من احدى وعشرين محطة أرضية تتعامل مع الأقمار
الصناعية فى الوطن العربى (٢٧) ، وتستخدم فى تأمين الاتصالات
المتنوعة ونقل البرامج (بالصوت أو بالصورة) وتبادل
المعلومات على اختلافها .

مصر والاتصالات الفضائية :

تقوى وزارة المواصلات انشاء العديد من المحطات الأرضية
التي تتعامل مع الأقمار الصناعية الدولية لتأمين اتصال مصر بها
وكذا نقل وتبادل البرامج الاذاعية والتليفزيونية ، وطباعة صفحات
الأهرام الدولى فى بعض العواصم الدولية ، كما فى مناطق القبسة
والمعادي والهرم ، وذلك للاتصال بالأقمار الصناعية الدولية ، كالقمر
الكائن فوق المحيط الهندى ، واخرى خاصة بالقمر العربى بدأت عملها
فى نوفمبر ١٩٩٠ ، وكذلك أقمار المنظمة الدولية للأقمار الصناعية
البحرية لتوفير الاتصالات البحرية بمختلف أنواعها .

أول رسالة تليفزيونية يستقبلها التليفزيون المصري :

ولقد استقبل تليفزيون ج . م . ع أول رسالة عبر الأقمار الصناعية يوم ٢٧ يناير ١٩٧٥ ، بمناسبة زيارة الرئيس الراحل محمد أنور السادات لفرنسا ، تضمنت هذه الرسالة تغطية تليفزيونية اخبارية لمراسم وصول واستقبال الرئيس الراحل في مطار باريس .

أول رسالة من مصر لليابان عبر الأقمار الصناعية :

ومن جهة قام التليفزيون المصري (التبادل الاخباري) ببث أول رسالة تليفزيونية لأول مرة عبر الأقمار الصناعية من القاهرة الى اليابان في الخامس من يونيو عام ١٩٧٥ ، وذلك بمناسبة عودة الحياة الطبيعية لمدن القناة ، وإعادة افتتاح قناة السويس للملاحة الدولية (٣٨) .

التليفزيون المصري يستقبل نشرتي شبكة تليفزيون أوروبا الغربية (EVNO - EVNI) :

يستقبل التليفزيون المصري يوميا نشرتي أخبار شبكة تليفزيون أوروبا الغربية (EVNO-1) ، عبر القمر الصناعي الكائن فوق المحيط الهندي ، وعن طريق المحطة الأرضية بالمعادي وذلك لضمان ملاحقة أحداث العالم ، طبقا لاتفاق الأمانة العامة لاتحاد إذاعات الدول الغربية مع اتحاد إذاعات الدول العربية اعتبارا من فبراير ١٩٧٦ .

ومن قبل اختبرت مصر ضمن مجموعة الدول التي أقيمت فيها محطات استقبال أرضية لاختبار صلاحية ارسال التليفزيون عن طريق قمرى الفضاء التابعين للمشروع الفرنسى الألماني المشترك .

ويستخدم التليفزيون المصري الأقمار الصناعية فى نقل الاحداث الهامة ، لتداع عبر قنواته المحلية أرعد استقبال أهم أحداث الدول العربية ، وطبقا لاتفاقيات دولية فى هذا المجال

وكذلك عند ارسال وتبادل الرسالة الاخبارية التي يبثها التلفزيون
المصري لهذه الدول طبقا للاتفاقيات الثنائية المبرمة ، ومع بداية
العقد الحالي للتسعينات يمكن للأفراد في مصر استخدام الهوائيات
التي تباع في الاسواق الاوربية ، والتي تصنع للتعامل مع الأقمار
الصناعية مباشرة ، لالتقاط البرامج التلفزيونية ، ودون أن تمر
بالمحطات الأرضية للاتصالات الفضائية (كمحطة المعادى وغيرها)
وذلك لأن مصر تقع تحت مظلة أكثر من قمر صناعي ، منها القمر
الأوربي والأمريكي ، وتشير التجارب الهندسية لمركز البحوث
التابعة للهندسة الاذاعية باتحاد الاذاعة والتلفزيون الى استقبال
ارسال شبكة الاقمار الأمريكية (CNN) ، والتي تعمل على دوائر
القمر الدولي والتابع لهيئة الانتلسات ، والمعروف Intelsat
27.5West (5) ، وذلك من خلال الحيز الترددي
(١٤) جيجهيرتز للوصلة الصاعدة Uplink ١٢ جيجهيرتز
للمحطة الهابطة Downlink ، ويعاكس قدره ٢٧ م ، كما سبق
للمركز الذي يتولى مهام مسح الفضاء المصري استقبال عدد من
الاقمار الصناعية التي تعمل في الحيز الترددي ٤ - ٦
جيجهيرتز ، ويعاكس قدره ٤ م ، منها الفرنسي أو الروسي أو
أو الأمريكي هذا بالإضافة الى القمر الصناعي العربي (عربسات ٢٠)

عربسات ينقل برامج التلفزيون المصري :

وقد وقع رئيس مجلس أمناء اتحاد الاذاعة والتلفزيون
ومدير الشبكة العربية للاتصالات الفضائية العربية اتفاقا يقضي
باستخدام مصر لاحدى القنوات القمرية للقمر العربي عربسات ، تبث
من خلالها مصر برامجها ، التي تغطي الدول العربية والأفريقية
وبعض الأقطار الاوربية ، وشهد توقيع الاتفاق الذي تم بمبنى
التلفزيون صباح الثلاثاء الثاني عشر من يونيو ١٩٩٠ السيد
صفوت الشريف وزير الاعلام ، على أن يتم ذلك اعتبارا من
نوفمبر ١٩٩٠ ، وفور الانتهاء من انشاء المحطة الأرضية التابعة
للقمر الصناعي العربي (عربسات) في القاهرة ، ويتضمن ارسال

المصرى اختيار برامج تليفزيونية من القناة الأولى والثانية
بالإضافة الى نشرات الأخبار والبرامج المعدة خصيصا لهذه القناة .

من جهة أخرى يواصل الاعلام المصرى جهوده فى دراسة مشروع القمر
الصناعى المصرى للاتصالات والبث التليفزيونى المباشر ، ويمكن
أن تستفيد منه دول وادى النيل ، (مصر . السودان . أوغندا) ،
ولقد أطلق عليه فى الدراسات الأولى قمر نهر النيل Nilesat
وجارى استكمال دراسة المشروع وفق اجراءاته الخاصة ، والستى
تشارك فيها جهات معينة كثيرة ، ويحرص فيها الاعلام المصرى
على الاستفادة من خبرات الدول المتقدمة فى هذا المجال .

ويخصص للقمر الصناعى المصرى موقع مدارى عند ٧ درجات
غربا ، ومخصص لها القنوات القمرية التليفزيونية أرقام ٤ ، ٨ ،
١٢ ، ١٦ ، ٢٠ ، ولتغطى مساحة جمهورية مصر العربية فى اشعاع
واحد يشمل المساحة الكاملة لمصر والتي تزيد عن مليون كيلومتر
مربع ٠٠٢ كم م ، بحيث يتم البث مباشرة الى أماكن
تجمعات المشاهدين ، ويتم التقاط البرنامج التليفزيونى بهوائيات
صغيرة ، على شكل طبق ، ومن المتوقع أن يصل قطرة من ٦٠ - ٩٠ سم
ويلحق به أجهزة اليكترونية صغيرة (٣٩) .

وهكذا بعد هذا العرض السريع لتطور الوسائل الاعلامية
والعوامل التى أدت الى ازدهارها ، نؤكد أهمية هذه الوسائل فى
تشكيل خبرة العامل المصرى والطريقة التى يفكر بها كإنسان (٠)
خاصة ونحن نعيش الآن ثورة تكنولوجيا الاتصالات والتى لها تأثيرها
المباشر والعميق على البشر بمختلف فئاتهم وتجمعاتهم ، وتنقل
هذه الوسائل الرسائل الاعلامية لجمهور العمال ، وتنقل رسائلهم
الى فئات الجماهير على مختلف المستويات المحلية أو القومية
أو العالمية .



مراجع الجزء الاول :

- ١ = د. سمير محمد حسين ، الاعلام والاتصال بالجامعير والرأى العام ، مطابع سجل العرب ، ١٩٨٤ ، ص١٢٩
- ٢ = د. جيهان أحمد رشتى ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص٦
- ٣ = د. يحيى أبوبكر خبير الاعلام ، أمام الجلسة الرابعة للندوة العربية الأولى للمصاحفة العمالية والاعلام فى مجال العمل التى نظمها مكتب العمل العربى ، فى القاهرة ، مساء الجمعة ١٩٧٧/٧ (حديث)
- ٤ = يحيى ابوبكر وآخرون ، منهج وبرنامج دراسة شعبة الاعلام العمالي بكلية الدراسات النقابية ، الاتحاد العام لنقابات عمال مصر ، المؤسسة الثقافية العمالية ، الجامعة العمالية ديسمبر ١٩٨٢ ، ص٣
- ٥ = د. جيهان رشتى ، مرجع سابق ، ص٢٠٦ - ٢٠٩
- ٦ = الخطة الاعلامية العامة لاتحاد الاذاعة والتليفزيون ١٩٨٥/٨٤ ص (٤١ - ٤٢)
- ٧ = د. محمد معوض ، دراسات فى الفن الاذاعى ، ١٩٨٨ ، ص١٣٥
- ٨ = د. جيهان رشتى ، مرجع سابق ، ص٥٤ - ٥٥
- ٩ = د. خليل صابات ، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم ، دار المطارف بمصر ، ص٧٧
- ١٠ = المرجع السابق ، ص٩٢
د. أحمد حسين الصاوى ، قراءة فى ملف الصحافة المصرية العدد ٥٤ من مجلة الدراسات الاعلامية ، يناير - مارس ١٩٨٩ ص١٢

- ١١ = د. أحمد حسين الصاوى ، المرجع السابق ، ص ١٠
- ١٢ = د. خليل صابات ، مرجع سابق ، ص ٩٤
- ١٣ = د. جيهان أحمد رشتى ، النظم الاذاعية فى المجتمعات الغربية دراسة فى الاعلام الدولى ، دار التعاون للطبع والنشر ، ص ٧٠ - ٨٠
- ١٤ = محمد فتحي ، الاذاعة المصرية فى نصف قرن ، ١٩٢٤ - ١٩٨٤ ، مطابع الاهرام التجارية ، مايو ١٩٨٤ ، ص ٢٢ - ٢٣
- ١٥ = د. محمد معوض ، مرجع سابق ، ص ٢٢ - ٤١
- ١٦ = Dietrich BerWanger Mass Media Manual
A Handbook , Low Cost Film, And T.v Production
in developing Countries , Friedrich Ebert Stiftung
F.R.Germany , 1976, P.37.
- ١٧ = راجع د. أ. سنسر وه. د. ويلى ، السينما اليوم ، (مترجم)
الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧١ ، ص ٢١ - ٤٢
- أرثرنايت ، قصة السينما فى العالم من الفيلم الصامت الى السينفراما
(مترجم) دار الكاتب العربى للطباعة والنشر ، ١٩٦٧ ، ص ٢٦٠ - ٢٦٢
- ١٨ = د. مختار التهامى ، الاعلام والتحول الاشتراكى ، الطبعة الاولى
دار المعارف ١٩٦٦ ، ص ٩٥
- ١٩ = ارثرنايت ، مرجع سابق ص ١٢٧
- ٢٠ = د. خليل صابات ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، الأنجلو ص ٥٢
- ٢١ = د. منى الحديدى ، الفيلم التسجيلى ، تعريفه ، اتجاهاته ، واسسه
قواعده ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٢ ، ص ٨١
- ٢٢ = روجر مانفل ، الفيلم والجمهور ، مترجم ، دار الفكر
العربى ، ص ٩٦ - ٩٧

- ٢٣ = فرنسيس بال ، وسائل الاعلام والدول المتطورة ،
مترجم : دارسات اعلامية ، المنظمة العربية
للتربية والثقافة والعلوم ، ١٩٨٣ ، ص ٩
- ٢٤ = حسين عنان ، قوة تأثير التلفزيون المصري في الوصول
الى الملايين ، في مؤتمر آفاق الاعلان العربي ، ١٩٨٧ ص
- ٢٥ = د. جهان رشتي ، دور تكنولوجيا الاتصال الجديدة في
التنمية ، العدد ٢٨ الدراسات الاعلامية ، فبراير - مارس
١٩٨٥ ، ص ٦٧
- ٢٦ = سمير فريد ، التلفزيون والفديو في مصر وأثرهما على فن
السينما ، العدد ٥٤ مجلة الدراسات الاعلامية ، أكتوبر -
ديسمبر ١٩٨٦ ، ص ٢٤
- ٢٧ = د. ابراهيم امام ، التلفزيون السلبي لتلفزيون المستقبل
الفن الاداعي ، العدد ٧٧ ، أكتوبر ١٩٧٧ ، ص ٩ - ١٨
- ٢٨ = اتحاد الاداعة والتلفزيون ، بحوث المستمعين والمشاهدين
بحث جمهور الكاسيت والفديو ، في ج . م . ع ، ابريل
١٩٨٤ ، ص ١٤
- ٢٩ = يحيى ابوبكر ، بنوك المعلومات التلفزيونية ، الفيديو
تكن والتلتيكتست (٣) سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية
جهاز تلفزيون الخليج ، ١٩٨٣ د . محمد أمان ، النشر
الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات ،
في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، المجلد
العربية للمعلومات ، المجلد السادس ، العدد الاول ، تونس
١٩٨٥ ، ص ٦ - ١١
- ٣٠ = فاروق ابراهيم ، الاقمار الصناعية وتكنولوجيا
الاتصالات ، العدد ٥٤ مجلة الدراسات
الاعلامية ، يناير ١٩٨٩ ، ص ٥٣ - ٥٤
- ٣١ = يحيى ابوبكر ، بنوك المعلومات التلفزيونية
مرجع سابق ص ١٧ - ١٨
- ٣٢ = حمدي قنديل ، اتصالات الفضاء ، الهيئة
المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٥ ، ص ٥٠

٢٢ = د. سهرير بركات ، الاذاعة الدولية ، دراسة

مقارنة لنظمها وفلسفاتها الكويت ، مؤسسة
علي جراح الصباح ، ١٩٧٨ ، ص ١٠٧

٢٣ = د. انشراح الشال ، الاعلام الدولي عبر الاقمار

الصناعية ، دراسة لشبكات التليفزيون ، دار
الفكر العربي ، ١٩٨٦ ، ص ١٥٧

٢٤ = د. محمد معوض ، فنون العمل التليفزيوني ، دار

الفكر العربي ، ١٩٨٦ ، ص ٥٢

٢٥ = حمدي قنديل ، الابعاد الدولية لاستخدامات

الاقمار الصناعية في مجال التربية والثقافة ،

ورقة مقدمة للندوة التي نظمها منتدى الفكر

العربي حول القمر الصناعي العربي وفاق تنمية

الثقافة القومية عمان ، ٨ - ٩ مارس ١٩٨٦ .

٢٦ = د. محمد عبده عابد ، أقمار الفضاء غزو جديد ، (٩)

سلسلة بحوث دراسات تليفزيونية ، جهـاز

تليفزيون الخليج ، ١٩٨٤ ص ٤٠

٢٧ = محمد معوض ، دور التليفزيون العربي في

التنمية الاجتماعية في الريف المصري دراسة

تطبيقية ، ماجستير ، غير منشورة ، كلية

الاعلام ، جامعة القاهرة ، سبتمبر ١٩٧٩ ص ٧٥

٢٨ = فاروق ابراهيم ، مرجع سابق ، ص ٥١

٢٩ = UAW Ammo , The Media Business

Wiz , Vol 25, NO.8.P.3.



- الجزء الثانى

- الصحافة والمطبوعات
- البرامج العمالية فى الراديو
- البرامج العمالية فى التلفزيون

أولا : الصحافة العمالية

تأخر ظهور للصحف العمالية العربية :

تأخر ظهور الصحف العمالية في مصر والعالم العربي الى أوائل القرن العشرين لعدة أسباب ، منها عنف القيود التي عانت منها الصحافة المصرية أو العربية سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ، فلم تتوافر لها الحرية التي تعمل في إطارها ، والتي بدونها تفتقد الصحافة أهم العوامل التي تساعد على الازدهار وكانت السلطات على مر التاريخ تتبصر في فرض وصايتها عليها كما كانت قوانين النشر تعطى حق المنح والمنع ، وحالت قوانين المطبوعات على اختلافها (العثماني - الفرنسي - الانجليزي) الخ اصدار الصحف وعملت على عرقلتها بالوقف أو المصادرة أو الالغاء بعكس الصحف الأجنبية ، التي ازدهرت لاستفادتها من هذه القوانين التي تحمي الصحف الأجنبية في الدول العربية ، كما كانت السلطات لاتعياً باصدار الصحف ، وتنظر اليها باعتبارها نشاطا ثانويا أو أمورا تكميلية ، على حد ما ذكرته الوقائع المصرية في عددها الصادر في أول ديسمبر ١٨٨١ (ان الصحافة ليست شيئا رئيسيا في البلاد بل هي أمور تكميلية ، مما يسمح للحكومة بالموافقة على وجودها ، أو تمنع نشرها ، وكذلك فان للسلطة الحاكمة مطلق الحرية في أن تضع من النظم ، أو تتخذ من الاجراءات ، ماتراره مناسبا لمصلحتها ، دون أي اعتبار لأي جهة أخرى) (١) ، هذا بالإضافة الى بعض العوامل الاقتصادية والفنية التي تختص بالصحافة العمالية كصناعة تحتاج الى رؤوس الأموال لتمويلها ، وبالتالي عانت من عدم وجود المطابع ، أو تخلفها ، أو تعطيلها ، لعدم ورود قطع غيارها ، مما يجعلها غير صالحة للعمل في أغلب الأحوال ، كما أن قلة الموارد المالية يجعل هذه الصحف غير قادرة على خدمة الجمهور بشكل فعال ، ويجعلها متحيزة في خدمتها للقراء ، وبدون التمويل عموما لاتستطيع الصحف العمالية أن تغطي نفقاتها (٢) ،

بالإضافة الى قلة الكوادر الصحفية والفنية المدربة على فنون العمل الصحفي (تحرير .. اخراج .. طباعة ... ادارة الخ وعدم وعى القارئ على الصحف الموجودة آنذاك بأهمية الموضوعات العمالية فيها ، واعتبارها مواد جافة ، لا يقبل عليها القراء ، ولذلك عزفت عنها ، ولم تهتم بأخبار العمال ، ولا الأركان الخاصة بهم إلا مؤخرا ، هذا بالإضافة الى بعض الأوضاع التي عاشتها البلاد العربية كالتخلف الصناعي ، وانتشار الأمية ، مما يقلل من نسبة المشترين للصحف ، وبالتالي نقص التوزيع ، ومحدودية الانتشار ، وتشير الدراسات الاعلامية الى الارتباط الايجابي بين التعرض للصحف والمستوى التعليمي ، كما أن فقر السكان يجعلهم غير قادرين على شراء الصحف والمجلات العمالية ، وبالإضافة الى الفقر والامية نجد ظاهرة ضعف التنظيمات النقابية أو غيابها مما يجعلنا نقرر أن الصحافة العمالية في غياب أوضاع التنظيم النقابي تعتبر سلطوية ، صادرة بهدف توجيه جماهير العمال والسيطرة عليهم من جانب السلطة ، وهكذا أدت كل هذه العوامل الى تأخر ظهور وانتشار الصحف العمالية الى أوائل القرن العشرين ، وما زال مجال التعبير بالكلمة الحرة على المستوى العربي يعاني من العديد من الضغوط ، منها ما هو ظاهر ، أو معلن ويتمثل في القوانين والتشريعات التي تحكم عمليات النشر أو الاصدار ، ومنها ما هو خفي أو غير معلن بموجب التقاليد والمارسات الصحفية المستخدمة (٣) ، وظهرت الصحف العمالية في أوائل القرن العشرين هزيلة ضعيفة ، بدليل اختفاء الكثير منها عقب اصدارها بأعداد قليلة ، وذكر على سبيل المثال جريدتي الوضاح والعمال ، وكذلك (العمال) أول الصحف العراقية العمالية والتي صدرت في الثامن من سبتمبر ١٩٢٠ ، واختفاء مجلة الصنائع لسان حال جمعية اصحاب الصنائع العراقية في نفس العام بعد ظهور عديدين فقط (٤)

التحرير

العدد ١٥/١٩٨٨

الاتحاد العام لعمال فلسطين

بالحر نواصل المشوار



غلاف مجلة التحرير الفلسطينية

أنواع الصحف والمجلات العمالية :

تتنوع الصحف العمالية على اختلافها طبقا للعديد من المتغيرات ، كالدورية ، أوعدد مرات الصدور فمنها ما هو اسبوعى أو نصف شهرى أو شهرى ، أو تصدر كل ثلاثة شهور (فصلية) ، أوكل ستة شهور (نصف سنوية) ، أوحتى تصدر مرة واحدة فى العام (حولية) ، ويشترط أن تصدر بانتظام ، وتتابع ، ولهذا تسمى بالدوريات Periodicals كما يمكن تصنيفها وفقا لأشكالها المتباينة من حيث الحجم ، ووفقا لنوع الورق ، ونسوع الطباعة ، وشكل الصحيفة أو المجلة من حيث الاخراج الصحفى وهناك أحجام مختلفة من الصحف عرفها العالم ، منها ما يعرف بصحافة البطاطين Blaket News papers ، ويبلغ طول صفحتها ١٢٥ سم تقريبا وعرضها ٨٧ سم ، كصحيفة التجارة الأمريكية Journal of Commerce ، والتي صدرت فى نيويورك عام ١٨٥٢ ، وهناك الصحف ذات الحجم العادى ، والمألوف فى حياتنا اليومية ، كصحيفة العمال ، ومعظم الصحف المصرية ، وهى فى الغالب ذات نمط واحد حيث يصل طول صفحتها الى ٥٦ سم وعرضها ٤٢ سم تقريبا ، وهناك الصحف النصفية أو ما تعرف Tabliod ويبلغ طول صفحتها نحو ٤٢ سم ، وعرضها ٢٨ سم ، ويذهب البعض أن هذا الحجم قد جاء تلبية لاحتياجات سكان المدينة الى قراءة الصحف فى السيارات العامة ومركبات الترام ، مما يتطلب حجما أصغر فى مثل هذه المواصلات المزدحمة ، أو لعدم توافر الورق ، وغلو ثمنه ومن الطريف أن بعض الصحف المصرية تبالغ فى كبر حجمها وقت رخص الورق وتوافره ، حيث بلغ طول صفحة جريدة الأهرام عام ١٨٩٧ الى ٧٠ سم ، بينما بلغ عرضها ٥٢ سم (٥) كما يمكن تصنيف الصحف العمالية وفقا لتوزيعها ، والدائرة الجغرافية أو المجال الجغرافى الذى تغطيه الصحيفة (Coverage) ونعنى به المناطق التى تصل اليها بالفعل هذه الصحيفة بعكس التوزيع Circulation ، أى الاعداد التى تم توزيعها فعلا فى المناطق التى تغطيتها الصحيفة ، (٦) ، وبالتالي يمكن أن نقول صحف

المعدد العشوائي -

واسعة الانتشار أو محدودة الانتشار ، وطبقا لتوزيع الصحيفة ، أما من حيث التغطية فهناك الصحف المحلية ، والوطنية (القومية) ، والاقليمية والعالمية ، طبقا للمجال الجغرافي الذي تغطيه .

ومن جهة أخرى يمكن تصنيف الصحف العمالية وفقا لمضمونها الذي تحمله ، حيث يمكن أن تكون سياسية ، أو اقتصادية ، أو اجتماعية أو رياضية ، أو دينية الخ ذلك من مضمون متنوع ، كما يمكن التمييز بينها طبقا لجمهورها من القراء الذي تخاطبه على مستوى العمال ، فمنها ما يخاطب جماهير العمال عامة ، ومنها ما يخاطب فئة معينة من جماهير العمال ، كعمال البناء ، أو عمال الزراعة ، أو عمال النسيج ، أو عمال الحديد والصلب .. الخ .

ومن جهة أخرى يمكن تصنيف الصحف والمجلات العمالية الى :-

١ - الصحف والمجلات العمالية العامة :

وتتسم بتنوع موضوعاتها ، وتوجه لعموم جماهير العمال ، كصحيفة العمال التي تصدر في مصر حاليا، وصحيفة العمال التي تصدر في الدار البيضاء بالمغرب ، ومجلة (وعى العمال) بالعراق ، و (العمال) بالجمهورية العربية اليمنية ، و (صوت عمال الاردن) العمالية الشاملة أو الجامعة ، ومجلة العمل التي تصدر عن وزارة القوى العاملة ، والثورة والعمل في الجزائر ... الخ .

٢ - الصحف أو المجلات العمالية المتخصصة :

والتي تهتم بتقديم موضوعات متخصصة ، لقطاع أو فئة من جماهير العمال ، كالعاملين في الحديد والصلب ، واللذين يصدر عن (صلب الدلتا) ، أو (مجلة الثقافة العمالية) للعاملين في مجال التثقيب العالي الخ .

٣ - الصحف والمجلات العمالية الاخبارية :

وتهتم بتزويد جمهور قرائها من العمال بالمعارف والأخبار والمعلومات والحقائق ، وهي كثيرة ومتنوعة في مختلف المجالات العمالية .

٤ - الصحف والمجلات العمالية الملخصة أو المركزة أو الموجزة :

وتعتمد على أن تنشر بإيجاز أبرز وأهم الموضوعات الاخبارية والتعليقات والمقالات ، وكافة المواد الصحفية المنشورة في الدوريات الأخرى العامة أو المتخصصة ، مع التركيز على ما يرتبط منها بالجهة التي تصدر هذه الصحف أو المجلات ، وترجع أهمية مثل هذا النوع من الصحف والمجلات النادرة الى تزويد جمهورها من العمال بالمطرف والمعلومات المتخصصة التي توسع دائرتهم معارفهم ونظرتهم وتطلعهم على موضوعات يعينها ، بل وتركز انتباههم على هذه الموضوعات التي كان من الصعب أو المستحيل قراءتها في مصادرها (٧) .

وأخيرا يمكن تصنيف الصحف والمجلات العمالية وفقا لمصدرها أو جهة إصدارها أو ملكيتها على الوجه التالي :

١ - صحف ومجلات تصدرها الحكومة أو إحدى وزاراتها أو هيئاتها التي تهتم بقضايا العمل والعمال ، وتمثل الصحافة العمالية الرسمية :

ومن هنا على سبيل المثال مجلة (العمل) الشهرية الفنية المتخصصة في كل قضايا العمل والانتاج والتنمية ، وتصدر عن جمعية نشر الثقافة التابعة لوزارة القوى العاملة في جمهورية مصر العربية ، وصدر العدد الأول منها في أول يناير عام ١٩٦٣ كجزء من برنامج وزارة العمل في مجال التوعية العمالية وحتى يجد فيها العامل المصري في مختلف مواقع الانتاجية

العمل

العدد - ٤٤ - السنة الحادية عشرة - ١٩٨٨

مجلة تطلبه ربح صوبية نضطر عن وزارة العمل والمؤسسات الخاصة لها - للعلقة الأردنية الوطنية

مطالب الشعب في مجلس الشعب
• برنامج الألف يوم لتحفيز الاقتصاد المصري
• وكيف يفسح مشروع مصر القومي الجديد؟
• مطالب أسلوبي جديد لتنظيم الأسرة حتى
لا يلهم الانضمار السكاف عائدات التنمية

العمل

■ الأردن
■ تونس
■ في الأد
■ قطاع
■ عشر سنو
■ تطو
■ خمس م



مجلة العمل الأردنية
مجلة العمل المصرية

كتاب العمل
هكذا قوة العمل في مصر
والترقيات حتى عام ٢٠٠٠

والخدمية مادة ثقافية وقومية تساعد في عمله ، ومنها على سبيل المثال مجلة العمل التي أصدرتها وزارة الثقافة السودانية في المدة من ١٩٦٧ وحتى ١٩٧٠ ، ولتصبح أول مجلة عمالية سودانية .

٢ - صحف ومجلات عمالية تملكها الأحزاب أو التنظيمات السياسية :

وتصدر الأحزاب أو التنظيمات السياسية صحفا عمالية لتعبر عن اتجاهاتها ومواقفها تجاه قضايا العمل والعمال وفي مصر ويؤكد قانون الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ في مادته الثالثة عشرة الى حرية اصدار الصحف للأحزاب السياسية (٨) ، ومن قبل كانت الأحزاب والتنظيمات في مصر تصدر صحفها العمالية ، وأذكر منها على سبيل المثال جريدة (العمل) التي أصدرها حزب العمل قبل ثورة يوليو ١٩٥٢ ، ورأس تحريرها عبد العليم المهدي الذي قدم لنا فيما بعد ألف باء الاعلام النقابي في بداية السبعينات ضمن منشورات المؤسسة الثقافية العمالية ، وكان حزب العمل يضم آنذاك القادة النقابيين البارزين أمثال فتحي كامل وسيد قنديل ومحمد عمارة (٩) ومن جهة أخرى كان للتنظيمات اليسارية ، والحزب الشيوعي المصري صحفها ومجلاتها والتي كانت ذات طابع عمالي ، ومنها مجلة الحساب الصادرة عن الحزب الشيوعي المصري عام ١٩٢٤ ، وكذلك الضمير عام ١٩٤٥ ، والجمامير عام ١٩٤٧ ، والملايين ١٩٥١ ، والقذ ، وكلها كانت تهتم بالقضايا العمالية ، والدفاع عن الطبقة العاملة ، لكن صيغتها كانت سياسية في المقام الاول ، كما استهدفت نشر المبادئ والأفكار الماركسية بين جماهير العمال وفي العراق صدرت صحيفة (العمال) اليومية في الموصل لتكون لسان حال حزب العمال ، كما أصدر الاتحاد الاشتراكي السوداني صحيفته اليومية باسم العمال ، كما يصدر المكتب السياسي للحزب

AL HOURRIAH

عالم بعد غد
يستبدل

عمال البكرين

1994-1995



مجلة الحرية الجزائرية

بمناسبة احتفال البلاد بالعيد الوطني الجليل تحتضن قمة التعاون التاسع

كلية الهندسة

[illegible][illegible][illegible]

وہی علم و ہمت تھیں
جس سے ملک و قوم اچھی رہی

مجلة عمال البحرين

الاشتراكي الثوري بالصومال مجلة (العمل) الاشتراكية ، للاهتمام بقضايا العمل والعمال ، وهكذا تنتمي هذه الصحف والمجلات الى الاحزاب ، أو التنظيمات السياسية ، التي تصدرها ، وتعتبر لسان حالها .

٣ - صحف ومجلات عمالية تصدرها الهيئات والمنظمات المختصة أو المعنية بشئون العمل والعمال على المستوى العمالي والعربي والوطني والمحلي :

ومن هنا على سبيل المثال (العمل والتنمية) التي يصدرها المركز الاقليمي للبحوث الاقتصادية والتوثيق التابع للمركز الأفريقي الأمريكي للعمل ، ويتم توزيعها على نطاق واسع ، وكذلك مجلة العمل العربية وهي مجلة فصلية تصدر كل ثلاثة شهور ، وتعنى بالبحوث والدراسات والتقارير التي تتعلق بقضايا العمل والعمال في مختلف المجالات والميادين الثقافية والاجتماعية والتشريعية والصحية والسلامة المهنية ٠٠٠ الخ ، وكذا أنباء منظمة العمل العربية ، التي يصدرها مكتب العمل العربي ، الذي أنشئ في يناير ١٩٦٥ ، وتأخر ميلاده الى شهر سبتمبر ١٩٧٢ (١٠) ، وهي صحيفة تصدر شهرياً وتهتم بنشر الأخبار والتقارير ، واجتماعات اللجان ، والندوات ، وكل ما يتعلق بأخبار العمل والعمال ، ومنها على المستوى الوطني أو القطري (مجلة الصناعي) ، التي يصدرها اتحاد الصناعات العراقي ، الذي تأسس عام ١٩٥٦ ، كمنظمة مهنية ، ذات نفع عام وتضم أصحاب المشروعات الصناعية في العراق ، وكذلك ما تصدره بعض الهيئات التي تعنى بشئون العمل والعمال في مصر من صحف ومجلات ، كمجلة التأمينات الاجتماعية (١٩٦٠ - ١٩٦٦) ، وصحيفة (العامل الماهر والكفاية الانتاجية) ، والتي كانت تصدرها مصلحة الكفاية الانتاجية والتدريب المهني شهرياً ، ومن جهة أخرى تصدر بعض هذه الهيئات العديد من النشرات والكتيبات في مختلف مجالات العمل والعمال ، والذكر منها ما أصدرته منظمة العمل العربية من مطبوعات ونشرات وكتيبات في برامج الثقافة العمالية وغيرها .

AALC REPORTER

اتحاد عمال أمريكا

نشرة المركز الأفريقي الأمريكي للعمل

الدولي والملاحة بين الممرات ومياهات التوظيف، والعمل والتنمية
الموارد البشرية
وتتضمن التغييرات الاقتصادية في أفريقيا الحكومة المصرية،
في إطار الإصلاح
الصرف كدروج

العمال المصريون يبحثون مشاكل الإصلاح الاقتصادي

نظم اتحاد عمال مصر، استجابة للتغيرات التي أحدثتها الحكومة
المصرية على سياساتها الاقتصادية، سلسلة الأولى من الندوات
لشرح التغييرات للعمال ودراسة آثارها المحتملة على العمال.
وكان موضوع الندوة التي نظمت لمدة يومين في شهر ديسمبر
الماضي: آثار تطهير على التغييرات الاقتصادية في الاتحاد
المصري. وقد وجه اتحاد نقابات عمال مصر والمركز الأفريقي
الأمريكي للعمل على الدعوة للندوة. الدكتور روبرت كوري، أستاذ
الاقتصاد بجامعة كاليفورنيا، المحاضر للندوة وإلقاء محاضرة عن
الصراع.
وأنتج أستاذ المال، رئيس اتحاد نقابات عمال مصر، الندوة
فيما ألقى محاضرة عن دور النقابة ووزير القوى العاملة والتدريب كلمة
أكد فيها تأييد حكومة الرئيس مبارك لكل الأنشطة الرامية إلى
تنمية النمو من أجل تحسين الاقتصاد.
وقد مات جوك، المدير الإقليمي للمركز الأفريقي الأمريكي

العمال يبحثون لتحسين لبيروا وإم

بعد سنة كاملة من
أوس جواي، الأ
شهر يناير مع بحث
الوضع في أوس
ومستلكت وشراح
المالية في البلاد.
ويقول أوس

الاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب



- نشرة الاتحاد وأعضائه
- للنقابات الأعضاء
- النشاط الإعلامي والثقافي
- الانشطة العمالية الفنية

• نشرة المركز الأفريقي الأمريكي للعمل.
• مجلة تنمية المجتمع تصدرها مؤسسة
فريدريش ايبرت الألمانية.
• نشرة للاتحاد الدولي لنقابات العمال
العرب.



٤ - صحف ومجلات عمالية يصدرها العمال ، أو تنظيمااتهم النقابية على المستوى المحلى أو الوطنى أو الاقليمى أو العالى ومن أهمها :

أ - الصحف والمجلات التى تصدرها الاتحادات العمالية أو النقابات العمالية أو الاتحادات المحلية أو اللجان النقابية أو الوحدات الانتاجية أو الخدمية ولا تكاد تخلو منها دولة عربية فهناك العديد من الصحف والمجلات التى تنطق بلسان الاتحادات العامة ومنها :

فى مصر : صدرت العمال فى أكتوبر ١٩٦٥ ، فى شكل مجلة شهرية ، تقدم الموضوعات والأخبار عن نشاط الاتحاد العام لنقابات عمال مصر ، ثم تطورت فتحوّلت من مجلة شهرية الى صحيفة أسبوعية صدرت فى الثانى من مايو ١٩٦٨ ، وظلت منذ ذلك التاريخ تصدر أسبوعيا كل خميس وحتى يوليو ١٩٧٢ ، حيث تغير موعد صدورها الى يوم الاثنين اسبوعيا بدلا من الخميس (١١) ، ويرأس تحريرها أحمد حرك سكرتير الاعلام لاتحاد العمال .

فى العراق : صدرت مجلة (وعى العمال) وتصدر عن دار وعى العمال للمحافة والنشر ، والتى تؤول ملكيتها للاتحاد العام لنقابات عمال العراق ، وتطبع بمطابع العمال المركزية ، وهى لسان حال الاتحاد العام لنقابات عمال العراق ، وتسعى الى تعميق الوعى السياسى والثقافى والاجتماعى

العدد ٧٨١ أ ب ١٩٨٨
 أحمد المصري
 رئيس التحرير
 ٧٨١ أ ب ١٩٨٨
 ٧٨١ أ ب ١٩٨٨

العمال

أحمد المصري
 رئيس التحرير
 ٧٨١ أ ب ١٩٨٨
 ٧٨١ أ ب ١٩٨٨

للمصري يكشف القوى السياسية المعارضة : مواقفكم زائفة .. وشعاراتكم كاذبة

نقوم بقاءا لقطيع لاجئ .. ولقوسه تطالبون بـ «تأجيل» ..
 لن نسمح بتجاهل حقوق العمال والفلاحين
 صانعا قادرين على الحفاظ على مكاسب ثورة يوليو

القوى السياسية المعارضة في مصر، والتي كانت قد أعلنت موقفها من القوى الحاكمة، قد اتفقت على موقف واحد، وهو أن مواقفها زائفة وشعاراتها كاذبة. وقد اتفقت هذه القوى على أن تقوم بقاءا لقطيع لاجئ، ولقوسه تطالبون بـ «تأجيل» لن نسمح بتجاهل حقوق العمال والفلاحين صانعا قادرين على الحفاظ على مكاسب ثورة يوليو.

الآخون .. تتطلم دولي .. له بنك

أين تذهب .. أموال التبرعات ؟
 لماذا ساندوا صدام ضد الكويت ؟

الآخون، هؤلاء الذين يتطلمون دوليا، هم أولئك الذين ساندوا صدام ضد الكويت. أين تذهب أموال التبرعات؟ لماذا ساندوا صدام ضد الكويت؟

الآخون، هؤلاء الذين يتطلمون دوليا، هم أولئك الذين ساندوا صدام ضد الكويت. أين تذهب أموال التبرعات؟ لماذا ساندوا صدام ضد الكويت؟

مليون مصري يهتفون بـ «الله»

مليون مصري يهتفون بـ «الله» في مظاهرة ضخمة. هذا هو المشهد الذي شهدته مصر في يوم من الأيام.

الآخون، هؤلاء الذين يتطلمون دوليا، هم أولئك الذين ساندوا صدام ضد الكويت. أين تذهب أموال التبرعات؟ لماذا ساندوا صدام ضد الكويت؟

مليون مصري يهتفون بـ «الله» في مظاهرة ضخمة. هذا هو المشهد الذي شهدته مصر في يوم من الأيام.

جريدة العمال المصرية - مجلة وى العمال العراقية

لدى العمال ، وقد تناوب ظهورها بين الشكل
السري والعلني فمُنذ عام ١٩٥٩ ، وهي تصدر
سريا حتى عام ١٩٦٢ ، وبعدما قامت ثورة الرابع
عشر من رمضان تحولت الى مجلة اسبوعية علنية
واستمرت صدورها بشكل علني حتى ١٨ أكتوبر
١٩٦٣ ، حيث عادت مرة ثانية الى العمل السري
وحتى ثورة ١٧ تموز كمجلة اسبوعية ، حيث عادت
مرة أخرى الى الصدور بشكل علني (١٢) ، ويرأس
تحريرها فاضل غريب رئيس الاتحاد العام
لنقابات عمال العراق .

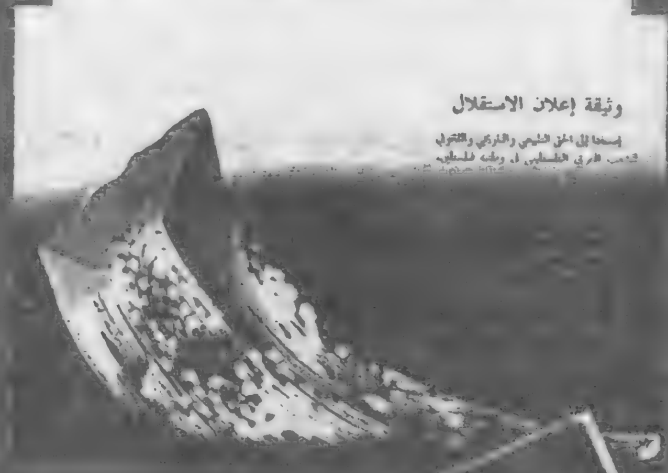
فى سوريا : لم يكن لاتحاد عمال نقابات سوريا الذى تكون
فى ١٩٣٨ صحيفة خاصة به ، لأنه فى ظل
الاستعمار الفرنسى كان اصدار أو امتلاك
صحيفة أحتى منشور دورى أمر متعذر سياسيا
واقتصاديا وفنيا ، واستمر الحال حتى ثورة
الثامن من مارس ١٩٦٣ ، حيث شهدت الحركة
النقابية فيها ميلاد أول صحيفة عمالية تمتلكها
حيث أصدر الاتحاد العام لنقابات العمال
جريدة كفاح العمال (الاشتراكي) ، وذلك
فى التاسع عشر من مايو من نفس العام ، وقد
اعتبرت هذه الجريدة الاسبوعية لسان حال
الطبقة العاملة ، والحركة النقابية ، وساهم
فى تحريرها عدد من المثقفين ، كما
استقطبت العديد من الأفلام من خارج الحركة
النقابية ، بالإضافة الى مساهمات النقابيين
 وجهود جهات تحريرها ، وتصدر يوم الاثنين
أسبوعيا ، وتعرضت لمصادرة عدة مرات لتطرفها
ووضوح خطها الثورى والطبقى ، ولقد أصدرت



فلسطين

مجلة موجهة تصدر عن اللجنة لخدمة نضال الشعب الفلسطيني - الإصدرة الشهرية - العدد 31 تشرين الأول - كانون الأول 1988

عام على إعلان الاستقلال



وثيقة إعلان الاستقلال

استناداً إلى الحق التاريخي والقانوني والفقاري
شعبنا التاريخي الفلسطيني، أ. وملكته الفلسطينية

فلسطيننا شعبنا

العمل

العدد 11 - السنة الثانية - مطبوعة شهرية - 1988

مجلة فلسطينا ونضال صمودنا في مواجهة الاحتلال والإرهاب - لعلنا الأندلسية الفلسطينية

مجلة فلسطيننا الفلسطينية

مجلة العمل الأردنية

المصحيفة ولمرة واحدة ملحقاً باللغة الانجليزية منذ عام ١٩٧٢ ،
لكن عدم وجود كوادز متخصصة لهذا العمل أدى الى تعثره وتوقفه
وتعاني الصحافة العمالية السورية كغيرها من الصحافة العمالية
على المستوى العربي من قلة الكوادز الصحفية والفنية اللازمة
لاستمرارية العمل الصحفي ، كما لا تملك مطبعة خاصة بها ، وهي
غير مستقلة مالياً أو ادارياً وتوزيعها محدود ، وبالتالي فان انتشارها
محدود (١٣) .

فى الكويت : يصدر الاتحاد العام لعمال الكويت (العامل)
نصف شهرية ، وتوزع مجاناً على قرائها من
العمال أو التنظيم النقابى ، ويرأس تحريرها
ناصر الفرج .

فى الاردن : تصدر مجلة (صوت عمال الاردن) شهرياً عن
الاتحاد العام لنقابات عمال الاردن ، وذلك
اعتباراً من ١٩٨٨ ، ويرأس تحريرها
خليل أبو خربة .

فى اليمن : من جهة أخرى يصدر الاتحاد العام لنقابات
عمال الجمهورية العربية اليمنية مجلة (العمال)
وتصدر شهرياً اعتباراً من ١٩٨٦ ، ويرأس
تحريرها حسين صالح الهلولى رئيس الاتحاد
العام لنقابات العمال بها .

فى فلسطين : كما تصدر (فلسطينا) عن الاتحاد العام لعمال
فلسطين ، ويرأس تحريرها حيدر ابراهيم
الأمين العام للاتحاد العام .

مجلة العمال
اليمنية



العدد الثاني - السنة الثالثة - شوال ١٤٠٨ هـ - مايو ١٩٨٨ م



رفود عمالية

مجلة صوت
عمال الاردن

فى ليبيا : ومن جهة أخرى يصدر الاتحاد العام لعمال الجماهيرية العربية الليبية (صوت العامل) لتعبر عن وجهة نظره فى كافة المواقف والقضايا العمالية وتعتبر لسان حاله .

فى الجزائر : وفى الجزائر صدرت جريدة (العامل الجزائرى) مع ميلاد الاتحاد العام لعمال الجزائر فى مايو ١٩٦٥ ، وصادرتها الادارة الفرنسية فور صدورهما ، ثم صدرت مرة أخرى فى فرنسا نفسها ، ثم فى تونس ، ثم عاودت ظهورها فى مطلع استقلال الجزائر باسم (الثورة والعمل) باللغتين العربية والفرنسية وتعتبر لسان حال الاتحاد العام لعمال الجزائر

ونلاحظ أن هناك اتحادات عمالية لاتمتلك صحفا أو مجلات عمالية ، لكن قد تكون هناك صحف ومجلات عمالية صادرة عن جهات أخرى تعبر الاتحادات من خلالها عن مواقفها ، ووجهة نظرها فى كافة القضايا ، بالإضافة الى الاخبار عن أنشطة هذه الاتحادات كما يحدث فى لبنان ، حيث تصدر مجلة الثقافة الوطنية لتتطرق باسم الاتحاد الوطنى للنقابات فيها ، وكما يحدث فى السودان حيث يصدر الاتحاد الاشتراكى السودانى صحيفة اليومية باسم العمال .

ومن جهة أخرى تصدر العديد من النقابات العمالية فى بعض الدول العربية العديد من الدوريات (صحف - مجلات) لتعبر عن وجهة نظرها فى مختلف القضايا الوطنيه أو قضايا العمل أو العمال فهناك فى مصر أكثر من ١٢ مجلة عمالية تصدرها النقابات العمالية لسان حالها منها على سبيل المثال عمال البترول ، والنساجون والبناء الجديد ، وطلبة الصناعات ، ونحو النور ٥٥ الخ ، كما تصدر بعض النقابات العمالية فى الاردن سبع مجلات متنوعة ، كما

مجلة البناء الجديد
للنقابة العامة
للبناء والاختاب




• عبد الناصر ..
ودفنى ٢٧ عام



النساجون

تصدرها النقابة العامة لعمال الغزل والنسيج
• العدد الأول • نوفمبر ١٩٨٨

**وزير الصناعة
يقرر فتح باب
التنافس أمام
عمال الإنتاج**



**بعد المناسلة الرئيسة لعمال
النسيج بمصانع القطاع الخاص**



مجلة النساجون
للنقابة العامة
للغزل والنسيج

تصدر في لبنان أكثر من مجلة نقابية ، منها (صوت العامل)
التي يصدرها اتحاد عمال النقل البحري ، وكذلك (لبنان العامل)
وتصدر عن اتحاد نقابات عمال الطباعة ، وهكذا نجد العديد من
المجلات التي تصدرها النقابات لتعبر عن حالها .

كما تصدر بعض اللجان النقابية في بعض المواقع الانتاجية
والخدمية (الدوريات) التي تسجل فيها أنشطتها ومواقفها
ووجهات نظرها حيال القضايا الوطنية أو قضايا العمل والعمال
أو قد تتولى إصدارها إدارة الاعلام أو العلاقات العامة بمختلف
المواقع الانتاجية ، والخدمية ، ومنها على سبيل المثال ما تصدره
شركة أرامكو بالظهران في المملكة العربية السعودية ، حيث تصدر
(قافلة الزيت) الشهرية والاسبوعية ، وهناك الكثير من مواقع
الانتاج والخدمات في مصر تصدر العديد من الدوريات منها على
سبيل المثال ، مصر للطيران ومصانع الحديد والصلب ، وكذلك
ما يصدر في كافة الدول العربية عن مواقع انتاجية وخدمية ، كما
في البحرين حيث تصدر النجمة الاسبوعية ، والبيان ، وطهران
الخليج ، ولكل منها أهدافها المتنوعة ودورها الهام ، التي تسعى
لتحقيقه سواء على مستوى جمهور العاملين داخل المؤسسة أو خارجها

ومن جهة أخرى هناك هيئات تتبع الاتحادات العمالية تصدر
دورياتها (صحف - مجلات) ، ومنها على سبيل المثال نجد
مجلة الثقافة العمالية التي تصدرها المؤسسة الثقافية العمالية
الجناح التثقيفي للاتحاد العام للنقابات عمال مصر ، والتي نشأت
بموجب القرار الجمهوري رقم ٢٢٥٢ في ديسمبر ١٩٦٠ ، وبدأت
نشاطها في ١٦ أكتوبر ١٩٦١ ، لتشارك في تنفيذ الاستراتيجية
الشاملة ، في مرحلة البناء والتقدم ، من خلال توفير اشباع
الاحتياجات الثقافية لجامير العمال في كافة المجالات الاقتصادية
والنقابية والاجتماعية ومساهمة منها في تدعيم الحركة النقابية
على المستوى المحلي والعربي والأفريقي ، وتعتبر المجلة ميداناً
خصباً لتدريب الدارسين في شعبة الاعلام بالجامعة العمالية

هذا الزمان

الفجر

العدد ١٨٣

خير المتول
ما صدق فيه فتائله
وانتفع به سامعه

اغبارية • ثقافية • اعلامية
نشرها اللجنة الثقافية للجامعة المصرية

اشرة التحرير
سليمان محمد الوكيل
محمد محمد الوكيل

الصلب الدلتا

• يقوم بجمع احدث الكتب المصنوعة بغير مثال الدلتا
• رئيس مجلس الادارة في هوار شابل وصريح

منذ عامين
من ايامها الاولى

طلليعة الصنائع

- نشرة الفجر للجنة الثقافية لشركة الحديد والصلب.
- مجلة صلب الدلتا للجنة الثقافية بصانع الدلتا للصلب.
- مجلة طلليعة الصنائع للثقافة العامة للصنائع الهندسية.
- مجلة نحو النور للثقافة العامة للخدمات التعليمية.
- مجلة للصنائع الغذائية للثقافة العامة للصنائع الغذائية.

نحو النور

تصدرها اللجنة الثقافية العامة للاداءات والخدمات التعليمية • العدد الثامن •

الصناعات الغذائية

العدد ١٨٣ السنة ١٩٨٩ - عشرة فصوص



العدد ١٨٣

حول التعليمات
مجلس الشعب
في
شبرا الخيمة

والتي تهدف الى اعداد الكوادر الاعلامية والتي تحتاجها الحركة النقابية ، هذا وتعتبر (الثقافة العمالية) الشهرية لسان حال المؤسسة الثقافية العمالية .

ب - صحف ومجلات تصدرها الاتحادات النقابية العمالية على المستوى العربي :

ومن هنا على سبيل المثال لا الحصر (البريد العربي) والتي تصدرها الاتحاد العربي للنقابات عمال البريد والبرق والهاتف كل ثلاثة شهور في بغداد ويرأس تحريرها فاضل محمود غريب رئيس الاتحاد العام للنقابات عمال العراق ، وكذلك (النقابي العربي) ، التي تصدرها الاتحاد العربي للعاملين بالمعارف والتأمينات

والاعمال المالية ، ويرأس تحريرها محمود دبور الأمين العام للاتحاد وهذا بالإضافة لمجلة (العمال العرب) التي تولى اصدارها الاتحاد الدولي للنقابات العمال العرب ، والذي أنشئ عام ١٩٥٦ ، وكان المعهد العربي للدراسات العمالية يباشر اصدارها ، وتوزع على جميع الاتحادات العمالية العربية ، وكان الاتحاد قد توقف نشاطه بسبب الأحوال السياسية المتقلبة ، والتي سادت المنطقة العربية في السبعينات ، وحتى عهد قريب .

ج - دوريات نقابية دولية :

كالتى يتولى الاتحاد العالمى للنقابات اصدارها ، وتعرف باسم (الحركة النقابية العالمية) ، ويضم الاتحاد الدولي للنقابات ٨٥ منظمة نقابية تنتمى لمختلف دول العالم ، بالإضافة الى ١١ اتحاد مهني دولي ويبلغ عدد أعضائه ٢١٤ مليون عضو عامل ، وكان قد تم تأسيس الاتحاد العالمى للنقابات بعد اختتام أعمال المؤتمر العالمى

النقابي العربي

لعم "للعيسوز الحزب الدلخمل" قبل ان يتركنا الطوفان !!

سورة يوليو ضرورية .. ولكن بموضوعية وأمانة
خودة مصر إلى عضوية منظمة العمل العربية
ونصبر أكتوبر العظم

• تقييم
• حول
• العمال ..

الارض الطيبة



الجمعية العامة - العدد ٧١ - أكتوبر/نوفمبر ١٩٨٨

أغلقه صحف
نقابات دولية

• مجلة النقابي العربي
لاتحاد عمال البنوك
والتأمينات العربي

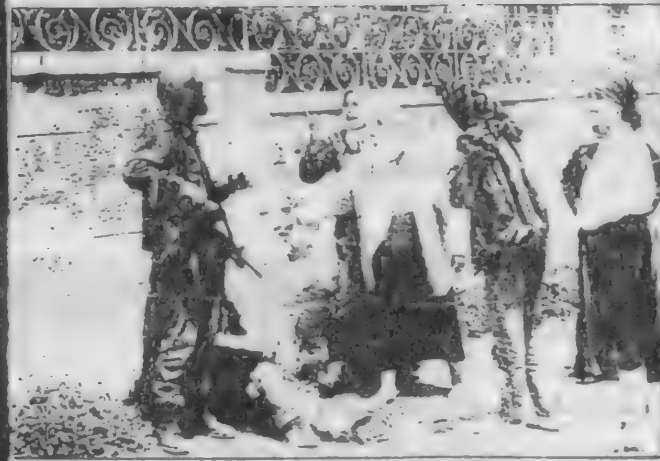
• مجلة الارض الطيبة
لاتحاد عمال
الزراعة العربي

• مجلة الحركة النقابية
العالية لاتحاد
النقابات العالمي

العدد ١١ - ١٢
نوفمبر /
ديسمبر
١٩٨٨
11 - 12/1988

FSM

الحركة النقابية العالمية



- ليكن يدو البطريق منطقة سلاو ويدرا بلفيف ١٣
- ان الاوان لتبادل الخبرات والتدريك على الصعيد العلمي ١٨
- الولايات المتحدة : موجة زحف العصابات تعصف بمصالح العمال ٢٣

للنقابات العمالية والمنعقد في الفترة من ٢ - ٨ أكتوبر
(تشرين الأول) عام ١٩٦٥ في باريس ، وشارك فيه ممثلو ٦٧
مليون عامل نقابي بين مختلف الأحزاب ، والاتجاهات والتنظيمات
السياسية والاتحادات والنقابات والحركات العمالية في جميع
بقاع العالم ، حيث اشتركوا في وضع وصياغة قرارات ودستور
الاتحاد العالمي للنقابات العمال ، من أجل خلق وضع أكين
استقراراً ، ونمواً ، وذا اتجاه معادى للاستعمار وماخلقته الحرب
العالمية الثانية من دمار وخراب لحق بالبشرية وحضارتها الانسانية
(١٢) .

٥ - صحف ومجلات عمالية يتعاون في اصدارها أكثر من جهة :
كما في المملكة الاردنية الهاشمية ، حيث تشارك وزارة
العمل ومنظمات اصحاب العمل والعمال في اصدار مجلة
الثقافة العمالية) .

١ بخلاف المطبوعات الأخرى التي تصدرها كل هيئة
جهات السابق ذكرها ، والتي تختص بقضايا العمل
والعمال من نشرات أوكتيبات أو مؤلفات بشكل دوري ،
أو غير دوري في المناسبات المختلفة ، وسوف نشير إليها
هذا بالإضافة الى صحف الحائط أو ما يعرف بالصحف
الجدارية ، وثيقة الصلة بالقواعد العمالية .

صحف الحائط :

سواء كانت منسوخة أو مطبوعة ، والتي يقوم العمال باعدادها
واصدارها في مختلف مواقع الانتاج والخدمات ، وتعتبر من
الوسائل الهامة التي تستخدم في الاعلام العمالي داخل المؤسسات
أو المنشآت الخدمية أو الانتاجية ، وتكمن أهميتها في أنها نشاط

ميسر ومتاح ، حيث لاتقف عقبات التمويل أو العقبات الفنية عائقا أمام اصدار هذا النوع من الصحف ، وتعتبر من أنسب المواد الاعلامية لأنها أداة مرنة في يد العامل ، هذا بالإضافة الى تقديرنا لقيمتها كنشاط متاح للعمال لسهولة اصدارها ، وقلة الامكانات التي تتطلبها ، ويجد فيها العامل ذاته كمحرر لموادها ، وتحقق لـه اهتماماته ، كما يتيح له التعبير عن نفسه سواء بالكتابة أو الرسم أو التصوير أو الاخراج ... الخ ، ذلك من مجالات الفن الصحفي ويمكن استخدامها في اعلامه واخباره وتثقيفه ، واكسابه العديد من المهارات ، كما يمكن من خلالها تسليته وامتاعه ، والترفيه عنه وامتصاص جانب كبير من وقت فراغه ، فالعامل هو الذي يتولى اعدادها وتبويبها وانتاجها ، وهو الذي يدعولها بين زملائه وأصحابه ويمكن من خلالها تحقيق وتأصيل الاتجاهات السوية ، كاتخاذ القرار وتحمل المسؤولية والتعبير عن الذات ، والممارسة الديمقراطية والعمل الجماعي والتعاوني ، والولاء لموقعه الانتاجي أو الخدمي ثم لمجتمعه المحلي ، فالوطن الأكبر ، وتكشف لنا صحف الحائط عن قدرات العمال ، وخبراتهم ، وخصائصهم من خلال المواد التي يحررونها فيها ، والتي تتنوع بين نشر الأخبار والتي قد لايعرفها القارئ كما يتضمن مضمونها وجهات نظرهم ومواقفهم حيال القضايا والوقائع والأحداث ، وكذلك الأحاديث والتحقيقات ، والاعلانات والصور والرسوم بالإضافة الى المواد والفقرات المسلية والأعمال الأدبية كالقصص والفكاهات والنوادر والغرائب والكلمات المتقاطعة والمسابقات .

وتعتبر صحف الحائط في المواقع العمالية بمثابة المرآة التي تعكس معارفهم ومدركاتهم وأرائهم واهتماماتهم ووجهات نظرهم وتنعكس في الموضوعات التي يحررونها ، وتوفر لهم فرصا حقيقية لممارسة فنون العمل الصحفي ، وتحقيق ذاتهم ، لأن العامل يملك فيها حرية الحكم والرأي والتقرير ، ويتحرر فيها من كل القيود الزمنية أو المكانية أو السلطوية ، وتزخر المواقع الانتاجية والخدمية بالعديد من المجالات التي تعالج العديد من الموضوعات

المتباينة ، والتي لا يمكن نشرها على المستوى الوطني أو القومي وتتنوع صحف الحائط منها ما هو منسوخ ، وهو كثير لا يمكن حصره ومنها ما هو مطبوع ، ومنها على سبيل المثال (الكفاح) مجلة حائط تصدرها دائرة الثقافة والنشر بالاتحاد العام للنقابات العمال في سوريا ، وتطبع بنيت كبير (بنط ١٨) ، وتستخدم فيها الألوان والصور وتوزع على كافة النقابات والتجمعات ، وتلصق في الأماكن العامة وتلاقي ميولا واستحسانا من جماهير العمال (١٢) ،

ومكذا تتنوع هذه الصحف منها ما هو محلي على مستوى المصنوع أو المنشأة أو القرية ، ومنها ما هو وطني على مستوى الدولة كما في (الكفاح) ، وهناك العديد من الأساليب التي يمكن استخدامها لتشويق جماهير العمال لقراءتها ، من هذه الأساليب ما يتصل بمضمونها ، ومدى ارتباطه بجماهير العمال واحتياجاتهم واهتماماتهم وكذلك مدى تنوع هذا المضمون بين الأخبار الصحيحة والصادقة والمعلومات السليمة ، والتفسير الواضح للحقائق والسياسات ، مع الابتعاد عن المهادرات والتفاهات لتنبض بالحيوية ، ولتترجم أحاسيس العمال ، وتساعد في التعرف على الحقيقة من خلال التحقيقات المشوقة والتي تسعى لمعرفة الأسباب ، وتقصى الحقائق وكذا الأحاديث الشيقة ، بهدف التعرف على الشخصية وأرائها أو التعرف على الجديد من خلال المحاورات ، مع هذه الشخصية ، ثم الكاريكاتير بأنواعه المختلفة ، والنقد والنقد اللائق للعديد من القضايا الهامة ، التي تشغل بالهم ، والقصص الهادفة والموضوعات المفيدة ٠٠٠٠ الخ ، ومنها ما يتصل بالشكل ،

ونعني به شكل هذه الصحف ، كاستخدام العناوين الدائرية والفرعية والألوان ، والصور ، والرسوم ، أو الحركة ٠٠٠ الخ ذلك من العوامل المتصلة بالشكل ، هذا بالإضافة الى بعض العوامل الأخرى المتصلة بطريقة عرض هذه الصحف أو المجلات في أماكن تجمعات جماهير العمال ، وأن تكون في مستوى النظر بالنسبتهم ، بعيدة عن الرياح أو الأمطار ، أو أشعة الشمس ، حتى لا تبلى ، وتحقق الهدف المطلوب منها في رفع المستوى الفكري والثقافي لجماهير العمال ، وتوعيتهم بدورهم ، والفائدة التي تعود عليهم وعلى مجتمعهم من زيادة الانتاج

وتجويده ، ولتشجيع اهتماماتهم ، وتلبية احتياجاتهم ، فالعامل كإنسان
وكموطن له الحق في الاعلام بأبعاده الكاملة ، والتي تتمثل أساسا
في حقه في معرفة ما يدور حوله من أحداث ووقائع ، وأن يعلم عنه
هذا بالإضافة الى حقه في التثقيف والتعليم والترفيه بأسلوب يتفق
وثقافته واستعداداته وقيمه ، ويساهم في تنوير الطبقة العاملة وتكوين
الرأى السائب لديها في كافة قضايا العمل والعمال المشارة
والمطروحة .

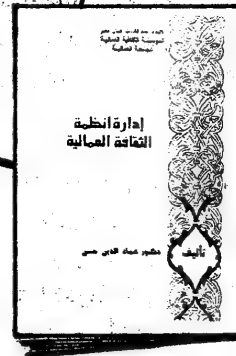
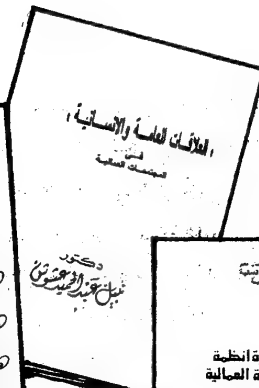
الكتب العمالية :

تعتبر الكتب المنسوخة أو المطبوعة أقدم وسائل الاعلام وتعتبر
كلماتها ورسومها وصورها المنسوخة أو المطبوعة أخلد وأبقى ألوان
الفكر والثقافة ، والدليل على ذلك أن المكتبات تزخر بتراث العديد
من الحضارات ، وعلى امتداد عصور التاريخ المختلفة ، وتؤثر
الكتب على حياتنا لأنها تتضمن الكثير من المعارف والمعلومات والقيم
والمثل والخبرات ، التي تساعدنا على فهم أنفسنا والعالم من حولنا
وتجعلنا قادرين على التفكير والتخطيط للمستقبل ، ونقصد بالكتاب
العالي ، ذلك الكتاب الذي يستطيع جمهور العمال الحصول عليه
والتزود فيه بمختلف ألوان الفكر والثقافة والعلم والأدب والفن
وغيرها ، يراعى مستوى العمال الفكرى والمادى ، ونعاني في مصر
من ندرة الكتب العمالية التي تخدم جماهير العمال ، ويعتبر الكتاب
العالي من الكتب الشعبية التي تحقق اللبوع والانتشار في المجتمعات
المتقدمة ، حيث يسرت الثورة التكنولوجية التي حدثت في مجال
انتاج وتوزيع الكتب عرض كميات كبيرة منه في الاسواق ، ولكننا
نلاحظ بصفة عامة على المستوى العربى والوطنى ندرة الكتاب العمالى
ككتاب يختص بفئة كبيرة من جمهور القراء ، وباعتبارهم طبقة
اجتماعية متميزة لها دورها الهام في بناء المجتمع وتطويره ، يقدم
مادة تتسم بالبساطة والوضوح والتجسيد والتشويق وجذب الانتباه
يعرض الفكر والنظريات الطيبة والدراسات الأكاديمية المتصلة
بقضايا العمل او العمال أو اهتماماتهم بأسلوب يحول المعلومات
المجردة الى معلومات ملموسة .

وتستهدف تزويد جماهير العمال بالمعارف والأفكار والمعلومات وتثري خبراتهم ، ويكون لها تأثيرها على كل مدركاتهم واراتهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم ، ونعلم أن هناك علاقة وثيقة بين انتاجية العامل ومستواه الفكرى والثقافى ، وتشير الدراسات أنه كلما ارتفع المستوى الفكرى والثقافى للعامل تزداد انتاجيته ، وللكتاب العمالى دورهام فى هذا المجال ، خاصة وتأتى قضية توعية العمال وتثقيفهم ورفع مستواهم الفكرى والثقافى والمهنى فى مقدمه اهتمامات الكتاب العمالى .

معوقات الكتاب العمالى :

يعتبر الكتاب بصفة عامة والكتاب العمالى بصفة خاصة أقل وسائل الاعلام العمالى انتشارا للعديد من الأسباب ، منها أن ثمن الكتاب فى الوقت الراهن يفوق قدرة العامل الشرائية وذلك لارتفاع أسعار الخامات التى تدخل فى انتاجه كالورق على سبيل المثال هذا بالإضافة الى انتشار الأمية وتفشيها فى المجتمع بنسبة كبيرة وخاصة بين من هم فى سن العمل والانتاج ، ونجد هذه النسبة مؤرعة بين الريف والحضر ، وان كانت أكثر انتشارا فى الريف عنها فى المدن ، وخاصة بين عمال الزراعة ، وطبيعى يختلف العمال فى القراءة طبقا لمستويات ثقافتهم وتعلمهم ، حيث نلاحظ أنه كلما ارتفع المستوى الثقافى وازداد المستوى التعليمى ازدادت نسبة القراءة ، كمايرتبط ذلك بنوع الكتب المقروءه ، حيث تلاحظ أنه كلما انخفض المستوى الثقافى والتعليمى تزداد نسبة القراءة فى غير القصص والروايات ، ومن جهة أخرى تشير البحوث والدراسات الاعلامية أن قراء الكتب هم أكثر الناس استخداما لوسائل الاعلام ونجد أكثر قراء الكتب على سبيل المثال هم أكثر الفئات قراءة للمصحف والمجلات ، ومن جهة أخرى فان أكثر الذين يترددون على السينما هم قراء الكتب بصفة متوسطة ، كما أن الذين لا يقرءون



أغلق كتب



على الاطلاق يقل تعرضهم لوسائل الاعلام ، وهكذا تشير الدراسات الاعلامية الى أن نسبة القراء في المجتمع تعطى دليلا على مدى الاتساع الممكن للنظام الاعلامي خاصة وهناك ارتباط ايجابي بين القدرة على القراءة وارتفاع مستوى الدخل من جهة ومدى التعرض لوسائل الاعلام على اختلافها ، وتهتم الهيئات والتنظيمات والأجهزة المعنية بأمور العمل والعمال بنشر الكتب العمالية ، والتي لاتزال محدودة حتى الآن .

من جهة أخرى تشير الدراسات العلمية الى أن نصيب الدول النامية من حجم الكتب والمطبوعات لا يتعدى ١٠٪ بالنسبة للدول المتقدمة التي تسيطر على سوق الكتاب في مختلف مجالات المعرفة ، ومن أهمها الولايات المتحدة الأمريكية ، والمملكة المتحدة البريطانية ويصدر الناشرون الأمريكيون أكثر من ٣٥ ألف عنوان في السنة الواحدة ، وتتنوع الكتب بتنوع مضمونها ومحتواها ، فهناك الكتب التاريخية والثقافية والعلمية والسياسية والدينية والاقتصادية والرياضية الخ ، كما أن هناك الكتب المصورة وغير المصورة ، وكذلك الكتب الدورية وغير الدورية ، ومنها المجسدة وغيرها ، كما يمكن تصنيفها طبقا لوقت انتاجها قديمة أو حديثة ، ونوع الورق المستخدم فيها ونوع الطباعة المستخدمة ، وطبقا للجمع المستخدم لحروفها وطبقا لحجمها ... الخ ذلك من متغيرات ، الا أن الكتب العمالية كغيرها تبدأ بفكرة يضعها المؤلف أو المحرر لتخدم اهتمامات جماهير العمال وتقوم دور النشر بانتاجها ، وقبل أن يصدر الكتاب بوقت كاف تعد الخطط لتسويقه ، ويتم عمل الدعاية الخاصة به في كل وسائل الاعلان مطبوعة أو مسموعة أو مرئية ، أو حتى باستخدام كافة أساليب الاتصال الشخصي ، كدور مندوبي دور النشر في الدعاية للكتب ، وبما يؤدي الى تنشيط حركة الاقبال على الكتاب وشرائه ، وتتولى دور النشر جمع مواد الكتاب ، والاهتمام بتصميمه ، وعمل الأصول الطباعية له ومراجعة بروفاته ، ثم طبعه ، وتوزيعه ، ولعل التغير الجذري الذي طرأ على الوسائل الفنية لانتاج الكتب أهم الأسباب في زيادة الانتاج الكتب باستمرار ، وخاصة في دول العالم المتقدم .

تشير الدراسات المسحية لمجموعات العمال الذين يترددون على المكتبات العامة أو الخاصة بهم الى أن غالبية العمال الذين يقرأون يستثمرون وقت فراغهم بهدف وتحسين المستقبل بمتابعة أحدث التطورات في مجال عملهم ، وزيادة معلوماتهم ومعارفهم في كل ما يرتبط بهم من قريب أو بعيد ، وقد يقرأون عندما يواجهون مشاكل اجتماعية معينة ، أو بهدف التفاعل مع القضايا الوطنية ، أو الأحداث السياسية محل اهتمامهم ، هذا بالإضافة لتحقيق بعض الرغبات الأخرى كأن يعيش العامل بعض طموحاته ، وليحقق بعض رغباته التي يعجز عن تحقيقها في الواقع ، أو بهدف توسيع مداركه ، والتعرف على العالم من حوله ، ولينمي شخصيته ، أو بهدف الحصول على درجة علمية أعلى وليكون مرموقا في المجتمع عامة ، والمجتمع العمالي بصفة خاصة (١٤)

فالمكتبة وسيلة هامة وأساسية يسعى اليها العامل ليرفع مستواه الثقافي والعلمي والمهني ، ولإيقاس نجاحها بما تشمله فقط من كتب ومؤلفات ومواد متنوعة تساعد على اكتساب المعرفة ، وإنما بعدد روادها من القراء والمستفيدين من خدماتها ، ولذلك يجب أن يراعى فيها اشباع اهتماماته وحاجات القراء المتنوعة سواء كانت علمية أو مهنية أو ترفيهية أو ترفيهية الخ ، وبالمناسبة فإن كلمة ترفية كلمة مطاطة لا يدخل فيها معنى التسلية فقط ، ولكنها تمتد الى ما وراءها فكثيرون ترفه عنهم مقال أو مناظره أو مناقشة في السياسة الخارجية أو بحث هام ، ولهذا فمعنى الكلمة واسع ومتعدد إذا نظرنا اليها في ضوء من علم نشوء المعاني وتطورها ، إلا أننا حينما نستخدمها كهدف من أهداف القارئ أو جمهور العمال فيجب في هذه اللحظة أن نفسرها على أنها تستهدف اشباع حواسه ، وادخال السرور على نفسه ، واشباع الحواس لا يكون بالانفعال وحده بل كثيرا ما يكون الاشباع على مستوى ذهني ، ومن ثم يكون الاشباع هو القدرة على ادخال السرور على نفسه العامل إما عاطفيا أو ذهنيا أو كليهما معا (١٥) ، من جهة أخرى يجب أن تضم المكتبات الكتب

والمؤلفات التي تخدم اهتمامات القراء المتنوعة تثقيفية أو مهنية أو تعليمية أو ترفيهية ، مع حفظ التوازن بين مختلف موضوعاتها وموادها ، فتحث على مؤلفات تخدم الهدف التثقيفي العام لجمهور العمال ، وكذا الهدف اليهني ، أو التعليمي ، أو تنمى هواياتهم وتصل ذوقهم الفني ، وتلاحظ بشكل عام أن المكتبات العمالية تفتقر الى المواد التي تخدم الاغراض المهنية والترفيهية ، وما يتصل بتنمية هواياتهم ، وأذواقهم الفنية في الوقت الذي تدعم فيه الدول المتقدمة هذه المجالات بتفويج موادها ومصادر المعرفة ، بخلاف المطبوعات فنجدنا تستخدم الوسائل السعوية والبصرية سواء كانت هذه المعارف مسجلة على اسطوانات أو شرائط مسموعة أو مصورة VTR أو أفلام أو شرائج فيلمية أو ميكروفيلمية ، وخاصة في الوقت الراهن الذي زادت فيه أهميتها لخدمة الأهداف التربوية ، في مختلف المجالات العمالية ، والتي قد يعجز الكتاب وحده عن تحقيقها .

صحف الحركة النقابية المصرية ومطبوعاتها :

تعتبر الحركة النقابية المصرية أكثر الحركات العمالية على المستوى العربي اصدارا للصحف (صحف - مجلات) والمطبوعات ، ونعلم أن الحركة النقابية بدأت منذ أكثر من ثلاث وتسعين عاما وبالتحديد منذ عام ١٨٩٧ ، حيث ظهرت أول نقابة في مصر ، وهي نقابة عمال الدخان والسجاير ، كأول تنظيم نقابي عمالي بهدف الدفاع عن حقوق العمال ، والتصدي لقوى الاستغلال الأجنبي ، والتي كانت تعتمد على وجود الاحتلال البريطاني في مصر ، ثم تتابع انشاء النقابات العمالية بعد ذلك نقابات لفتات عمالية أخرى كعمال المطابع والمصانع اليدوية وعمال الترام والمواني والحلّاقين والمحال العامة ، حيث بلغ عدد النقابات العمالية المشكلة عام ١٩٢١ ثلاثين نقابة ، تضم في عضويتها ما يقرب من خمسين ألف عاملاً وتشير الدراسات التاريخية الى انشاء أول اتحاد عام للنقابات في مصر في فبراير عام ١٩٢١ ، تحت رعاية الحزب الاشتراكي بالاسكندرية ، فلما وقع الصدام عام ١٩٢٤ بين حكومة الوفد

المكتبة المركزية للجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية

المكتبة المركزية
للجامعة العمالية



المكتبة المركزية للجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية
تحت إشراف إدارة الجامعة العمالية

رئاسة سعد زغلول باشا وبين الحزب الاشتراكي واليسار المصري عامة ، قامت الحكومة بحل هذا الاتحاد ، ومطاردة قادته ، وأعضائه ولعل . الفراغ النقابي بعد حل الاتحاد كلف الوفد عبد الرحمن فهمي بك بتشكيل اتحاد جديد يكون مواليا للوفد وحكومته ، سمى (بالاتحاد العام لنقابات عمال وادى النيل) وبهذا وضع الوفد بدور صيغة جديدة فى التنظيم النقابي ، وطبيعى سقط هذا الاتحاد بسقوط حكومة الوفد عام ١٩٢٥ (١٦) ، لكن تاريخ النقابات يشير الى أن أول اعتراف قانونى بالنقابات فى مصر كان عام ١٩٤٢ ، وذلك أثر صدور قانون النقابات رقم ٨٥ لسنة ١٩٤٢ ، وبمقتضى هذا القانون كان تشكيل النقابات يقوم على أساس نقابة المهنة الواحدة أو الصناعة ، أو الحركة ، أو على أساس المهن ، أو الصناعات ، أو الحرف المتماثلة ، أو المرتبطة ببعضها ، وبموجب هذا القانون أصبح للعامل المصرى الحق فى الانضمام الى نقابة مهنته أو حرفته أو صناعته كما أجاز له الانضمام الى أكثر من نقابة واحدة ، الأمر الذى أدى الى تعدد نقابات المهنة ، أو الصناعة الواحدة ، وتفتتها فزاد عددها فى المنشآت ليصل الى مائتى نقابة عام ١٩٤٢ ، ثم ٤٧٢ نقابة وحتى عام ١٩٥٢ .

وفى الوقت الذى تطورت فيه الحركة النقابية كانت الصحافة أداة للتعبير عن حركتها وتطورها ، فقامت فى هذه الفترة من تاريخ الحركة النقابية صحف تبناها بعض النقابيين المصريين والصحفيين العماليين ، لتساير تطور الحركة النقابية فى بداية عهدها ، ولتعبّر عن انتفاضات العمال ضد الاستعمار ، وتأمين النضال الوطنى ، ودعم الحركة النقابية ، وإعلاء شأنها واستقطاب العمال لتشكيلاتها والدفاع عن حقوق العمال ، ومطالبه الحكومة بتنفيذ مطالبهم وحل مشاكلهم ، ونذكر منها (البراع) ، وكان يصدرها عمال الطباعة ويتولاها النقابى زكى أبو الخير ، و (العمل) وكان يصدرها عبد العليم المهدي ، و (النقابة) وكان يصدرها جمال البنا ، هذا بالإضافة الى بعض الجهود الأخرى ، التى قام بها رواد العمل النقابى أمثال المرحوم سيد قنديل وفتحى كامل ومحمد عمارة وأمين عز الدين ، وبعض النقابيين من الغزل والنسيج والمطابع الأميرية

والورش ، ورغم قصر مدة هذه الصحف والمجلات إلا أنها كانت تحتضن أفكار ومسيره الحركة النقابية المصرية ، والتي تعرضت لاضطهاد الحكومات والبوليس السياسى ، لدورها فى تبني فكر الطبقة العمالية الثورى الذى يتعارض مع طبيعة النظام الحاكم آنذاك لكنها جاهدت قدر استطاعتها ، وفى ضوء تخصصنا نرى أنها كانت نواة وبداية للمحافة العمالية النقابية المتخصصة ، وكان لها دورها فى اثاره الاهتمام بأخبار الطبقة العاملة ، وبعد ذلك ، لتحتل الأخبار العمالية مكانتها فى صدارة الصحف اليومية والاسبوعية أعقاب الحرب العالمية الثانية ، وكذا نشاط الحركة النقابية على المستوى الداخلى والخارجى ، الذى فرض على الصحف التسابق لنشر أخباره ، ونعلم أن الحركة النقابية العمالية قد عقدت أولى اجتماعها بباريس عام ١٩٤٥ ، وشارك فيها ممثلو ٦٧ مليون عامل نقابى ، من مختلف الأحزاب والاتجاهات والتنظيمات السياسية والاتحادات والنقابات والحركات العمالية فى جميع بقاع العالم لصياغة قرارات ودستور الاتحاد العالمى لنقابات العمال ، وتسابقت صحف العالم على نشر أخباره ، حتى بعض الصحف المصرية اليومية أو الاسبوعية فنجدها تخصص أبوابا ثابتة لأخبار النقابات ومنها الزمان والمصرى والبلاغ أو صوت الأمة وأخبار اليوم... الخ وتناولت فنون العمل الصحفى على اختلافها موضوعات عمالية ونقابية على جانب كبير من الأهمية ، وحتى قامت ثورة يوليو ١٩٥٢ ، والتي كانت منعطفا جديدا وعلامة بارزة فى تاريخ الصحافة العمالية المصرية ، والتي واكبها نمو واضح فى التشكيلات النقابية وزيادة أعداد العمال المنضمين تحت لوائها ، وتم انشاء مكتب للاتصال بالعمال فى التنظيم السياسى (هيئة التحرير) آنذاك واستمر الحال حتى عام ١٩٥٥ ، حيث تم الاتفاق مع قادة الحركة النقابية على اقامة المؤتمر الدائم لنقابات عمال مصر ، ليصبح بمثابة تنظيم عمالى ومركزى على أعلى مستوى ، تم تحويله فى أواخر عام ١٩٥٦ ليصبح اتحاد عام معترف به ، حيث تكونت فى ٣٠ يناير عام ١٩٥٧ أول لجنة تأسيسية لوضع دستور الاتحاد العام لنقابات عمال مصر ، وكان أنور سلامة أول رئيس للاتحاد العام لنقابات عمال مصر

وخلفه المرحوم أحمد فهمي وفي عهده أصدر الاتحاد مجلة شهرية باسم (اتحاد العمال) ، صدر منها ثلاثون عددا ، ورأس تحريرها السيد الطاهرى ، والذي شارك قبل ذلك فى تحرير صحيفة العامل الماهر والكفافية الانتاجية وكانت تصدر شهريا عن مصلحة الكفافية الانتاجية والتدريب المهني .

وخلال تلك الفترة أعيد تنظيم البنيان النقابى بالقانون رقم ٩١ على اساس الانتقال من نقابة المنشأة الى النقابة العامة التى يتم تكوينها على اساس المهنة أو الصناعة الواحدة ، أو المهنة أو الصناعات المتماثلة أو المشتركة فى انتاج واحد ، وجنب هذا القانون التشكيلات النقابية من التفقت والتنازع فيما بينها وصدرت بعد ذلك عدة قوانين تضمنت أحكاما جديدة كالقانون رقم ٩٢ لسنة ١٩٦٤ ، والتى تضمنت أحكامه توسيع قاعدة تشكيل النقابة العامة ، فأصبح تشكيلها يتم على اساس المهن والصناعات المتماثلة أو المرتبطة بعضها ببعض ، أو التى تشترك فى انتاج واحد ، مما ساعد على دعم التنظيم النقابى ومنع تفقته ، وأصبح عدد النقابات ٢٧ نقابة عامة بدلا من ٦٥ نقابة عامة فى أواخر الخمسينات وأوائل الستينات (٥٩ - ١٩٦٤) ، ثم أعيد النظر فى قرار التصنيف النقابى ، فحدد عددها عام ١٩٦٦ بواحد وعشرين نقابة عامة ، عدلت عام ١٩٧١ بموجب قرار وزير العمل لتصبح ٢٦ نقابة ثم قل عددها عام ١٩٧٣ الى ١٦ نقابة عامة ، وفى عام ١٩٧٦ صدرت أحكام جديدة للتنظيم النقابى تضمنها القانون رقم ٣٥ والمعدل بالقانون ١ لسنة ١٩٨١ ، والذي يتميز بمشاركة الحركة النقابية المصرية فى اعداده ليتم تحديد عدد النقابات بواحد وعشرين نقابة عامة مرة أخرى ، على أية حال مسألة الزيادة أو الانكماش طبقا للتصنيفات النقابية لاتشغل بالنا ، وانما تقرر أن البنيان النقابى يقوم على شكل هرمى ، قاعدته اللجان النقابية فى المواقع الانتاجية والخدمية ، ولكل لجنة جمعيتها العمومية وتكون من جميع الأعضاء الذين تضمهم اللجنة النقابية ، ولكل منها مجلس لإدارة أعمالها يضم ٧ - ١١ عضوا ، الا اذا تجاوز عدد أعضاء

الجمعية العمومية عن عشرة آلاف عضو فيشكل المجلس من ١٥ عضواً ،
فإذا تجاوز العدد ١٥ ألف عامل شكل المجلس من (٢١ عضواً ، على
أيه حال فإن اللجان النقابية تهتم بانتاج صحف الحائض أو
النشرات المطبوعة ، وتتضمن نشاط اللجان النقابية وأهم أخبارها
وأخبار النقابة التي تنتمي إليها ، كما تعمل على تأكيد الانتماء
بين العمال ، وتنظيمهم النقابي ، ومنها على سبيل المثال (الرأي)
وهي نشرة دورية تصدر كل ثلاث شهور عن اللجنة النقابية بشركة
النصر لصناعة المواسير الصلب ولوازمها ، و (الفجر) وتصدرها
اللجنة النقابية للعاملين بشركة الحديد والصلب للاعلام من نشاطها
ونشاط موقعها الانتاجية أو الخدمية ، هذا بخلاف العديد من
المطبوعات والمنشورات الأخرى .

صحف ومجلات النقابات العامة :

ومن جهة أخرى هناك أكثر من ١٢ مجلة تصدرها (النقابات
العامة) ، وتعتبر النقابات العامة مستوى تنظيمي قيادي في مجال
العمل النقابي لتقود العمل من خلال التجمعات العمالية الكبيرة ،
ولكل نقابة جمعية عمومية تتكون من مندوبي جميع اللجان النقابية
التابعة لها ، وتنتخب الجمعية العمومية مجلس إدارة النقابة ويتراوح
بين (١١ - ٢١ عضواً ، مع مراعاة التمثيل النسبي النوعي والجغرافي
لكل محافظة أو مجموعة من المحافظات ، وفقاً للنظام الذي تضعه
النقابة العامة ، ويعتمده الاتحاد العام ، وتستهدف النقابات العامة
تحسين أحوال أعضائها المادية والأدبية ، والدفاع عنهم ، ومراعاة
حقوقهم ، وتبني مطالبهم ، والنظر في أمرهم ، وحل مشكلاتهم .. الخ
ولهذا اتجهت بعض النقابات العامة الى اصدار مجلات شهرية
خاصة بها ، لتكون أدواتها الاعلامية لتعريف الرأي العام بنشاطها
وأهدافها ، ولحسب تعاطفه معها في مطالبها وقضاياها ، هذا بالإضافة
الى النشرات الدورية شبه المعلقة على أعضائها من العمال ، ومن
بين المجلات التي تصدرها هذه النقابات فنجد (طليعة الصناع)
ويصدرها عمال النقابة العامة للصناعات الهندسية والمعدنية

والكهربائية ، و (البناء الجديد) ، وتصدرها النقابة العامة للعاملين لصناعة البناء والأخشاب ، و (عمال البترول) تصدرها النقابة العامة للبترول ، و (النسيج) ، و (النقابة العربية) وتصدرها النقابة العامة للعاملين بالبنوك والتأمينات والأعمال المالية ، كما تصدر النقابة العامة للخدمات التعليمية ، والصناعات الغذائية ، والنقل البرى والبحرى والصحافة والطباعة والاعلام مجلات ، لكن غالبيتها لا يلتزم بمواعيد الصدور المنتظمة ، ونعلم أنه اذا لم تصدر المجلة بانتظام أصبحت كأن لم تكن ، ويرأس تحرير غالبية هذه الصحف غير المتخصصين من غير المقيدين بجدول المشتغلين بنقابة الصحفيين وذلك طبقا لنص المادة (٢١) من القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة ، وهي من الهيئات التى يستثنى القانون حيث لا يشترط فى رئيس التحرير أن يكون من بين الأعضاء المقيدين بجدول المشتغلين بالصحافة ، ويستعين رؤساء التحرير غير المتخصصين بمجموعة من المحترفين لتحديد الاسلوب الذى تتبعه المجلة فى مخاطبة جماهيرها ، لا عن طريق صياغة مضمون الرسائل الاعلامية المراد توصيلها للقراء فحسب ، وانما من حيث طريقة عرضها ، واستخدام كل العناصر التيبوجرافية فى عملية العرض ، وبالتالي يجب أن يعرفوا جيدا ماذا يقدمون بطبيعة الحال ، وكيف يقدمون مضمون رسائلهم على صفحات المجلة ثم يجب عليهم أن يعوا تماما (جمهور) القراء لمجلتهم وخصائصهم واهتماماتهم واحتياجاتهم ٠٠٠٠ الخ ، وبالطبع يتولون الاشراف على كل جوانب الفن الصحفى من تحرير وتصوير وتعبير بالكاريكاتير واعلان واخراج ، ونعنى بالاخراج تحويل مضمون المجلة الى شكل فادى كان المضمون فى أى مجلة هو محتوى المادة الصحفية من أخبار وتحقيقات ومقالات وصور ورسوم وكاريكاتير واعلانات ، فان الشكل هو مظهرها الملموس ، والذى تجسده مجموعة من الرموز البصرية أو المرئية كالحروف الطباعية ، والخطوط والقلال والألوان ، وطبيعى لابد أن تتوافر فى هذا الشكل والمضمون مجموعة من الشروط كالصدق والدقة والوضوح والتبسيط والتجسيد والتكوين الفنى الجميل للصفحات



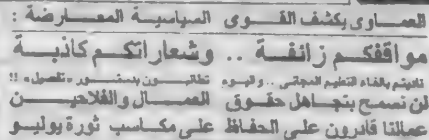
- مجلة طلبة الصناعة للنقابة العامة للصناعات الهندسية
- مجلة البناء الجديد للنقابة العامة للبناء والأخشاب
- مجلة عمال البترول للنقابة العامة لعمال البترول
- مجلة الصناعات الغذائية للنقابة العامة لعمال الصناعات الغذائية

لدى يجلب القارئ الى المجلة ، خاصة ونعلم أن الصحيفة أو المجلة وسيلة بصرية (مقروءة) ، لنقل الرسائل الصحفية ، يتحول المضمون فيها الى شكل تتشافر في تكوينه مجموعة من العناصر التبولغرافية تستقبلها عين القارئ الذى يدرك مضمونها ويستوعبه .

وكثير من هذه المجلات النقابية لاتراعى أسس الفن الصحفى لامن حيث التحرير الصحفى ، ولامن حيث الشكل ، كما أن غالبيتها لاتراعى الجمهور الذى تخاطبه ، ولاتعى العوامل والمتغيرات الوسيطة والتي تلعب دورا هاما في عملية تأثرهم بشكل ومضمون هذه المجلات من عدمه ، ومنها ماهونفسى أو اجتماعى ٠٠٠ الخ ، كمزاج القارئ واهتماماته ، والتي تتحكم فيه العديد من المتغيرات النفسى والاجتماعية ٠٠٠ الخ ، ومع تقديرنا التام للجهود التي تبذل فيها الا أنها مازالت فى حاجة الى اعادة نظر فيما تقدمه ، كما أنها تفتقر الى الكوادر الصحفية العمالية ، والتمويل اللازم لاداء رسالتها على خير وجه .

صحافة الاتحاد العام لنقابات عمال مصر :

بدأ الاتحاد العام لنقابات العمال نشاطه الاعلامى باصداره نشرة شبة دورية مطبوعة (باسم اتحاد العمال) ، تضمنت أخباره ونشاطه ووجهات نظر قياداته فى مختلف القضايا المطروحة وكانت توزع على النقابات العامة ، ومختلف المؤسسات الصحفية والاعلامية بالدولة مجانا ، استمرت حتى أكتوبر عام ١٩٦٥ ، حيث صدرت (العمال) فى شكل مجلة شهرية تتضمن جميع أخبار ونشاط الاتحاد ومختلف التنظيمات النقابية والعديد من الموضوعات الصحفية العمالية المرتبطة بقضايا العمل والانتاج ، وفى ٢ مايو ١٩٦٨ تحولت مجلة (العمال) الشهرية الى صحيفة أسبوعية ، حيث كانت تصدر الخميس أسبوعيا ، ثم تغير موعد صدورها الى يوم الاثنين أسبوعيا بدلا من يوم الخميس وذلك اعتبارا من شهر يوليو ١٩٧٢ وتعتبر (العمال) لسان حال الحركة النقابية المصرية ، ومראה



الاخوان .. تنظيم دولي .. له بنك
ابن تذهب .. اموال للتبرعات ؟
لماذا ساءخوا صدام ضد الكويت ؟

[illegible][illegible][illegible]

هدف براساس
موضوع
موضوع

[illegible]

— 100 —

[illegible]

حركتها ونضالها ، ويعتبر الاتحاد العام لنقابات عمال مصر قمة هرم التنظيم النقابي ، وتعتبر اللجان النقابية قاعدته ، ويضم الاتحاد في جمعيته العمومية مندوبي النقابات العامة الذين تختارهم مجالس ادارتها ، وتنتخب الجمعية العمومية للاتحاد ومجلس ادارته أعضائه وأمن بين أعضاء مجالس ادارة النقابة العامة ، ويشترط أن تمثل كل نقابة بعضو في المجلس ، كما ينتخب مجلس ادارة الاتحاد في أول اجتماع له هيئة مكتبة ، ويقوم بتشكيل السكرتاريات المتخصصة ، ومن بينها سكرتارية الاعلام ، وتتولى مسؤولية نشر المعلومات عن سياسة الاتحاد وبرامجه وتوصيلها للنقابات العامة والجمهور ، وتسعى لتقوية مفهوم الحركة العمالية ودورها في تحسين حياة الناس جميعا ، وتتعامل سكرتارية الاعلام مع كل المؤسسات الاعلامية .

ومن جهة أخرى أجاز القانون للاتحاد العام تشكيل اتحادات محلية بالمحافظات لرعاية المصالح المشتركة وللتنسيق بين اللجان النقابية بها ، كما تعمل على تنسيق الخدمات الاجتماعية والثقافية والصحية والترفيهية ، ولبعض هذه الاتحادات نشاط صحفي ملحوظ في نشر المعلومات عن طريق الصحف أو النشرات المطبوعة .

صحافة الهيئات التابعة للاتحاد العام لنقابات عمال مصر :

من جهة أخرى تصدر المؤسسة الثقافية العمالية مجلة الثقافة العمالية بصفة دورية شهريا ، وكذلك العديد من النشرات الدورية الأخرى ، والكتيبات ، والكتب والمؤلفات ، وتعتبر المؤسسة الثقافية العمالية الجناح الثقافى للحركة العمالية والنقابية المصرية وبالتحديد منذ صدر قرار رئيس الاتحاد الاشتراكي العربي رقم (١٠) ، وبالتحديد في ٢٩ يونيو ١٩٧٧ بنقل تبعيتها للاتحاد العام لنقابات العمال ، وكانت المؤسسة قد أنشئت في ١٩٦٠/١٢/١٨ بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٢٥٢ لسنة ١٩٦٠ ، وكانت تبعيتها للتنظيم السياسي (الاتحاد القومي ثم من بعد للاتحاد الاشتراكي) .

الثقافة العمالية



مجلة ثقافية نقابية تصدرها المؤسسة الثقافية العمالية

العدد الأول ٢٢ مايو ١٩٨٨ - ٦ شوال ١٤٠٨ هـ



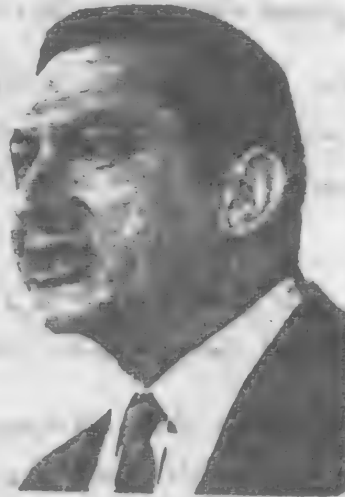
د. عبد القادر حاتم
في الجامعة العمالية



تكريم رواد..
الثقافة العمالية



حوار مع
عماد
الدين
حسن
حول
الثقافة العمالية



الرئيس مبارك
يكرم النقابيين
فسي عيد العمال

مجلة الثقافة العمالية العدد الاول بعد انقطاع دام عشر سنوات

وتنبثق أهداف مجلة الثقافة العمالية من أهداف المؤسسة الثقافية العمالية ، فهي مجلة ثقافية نقابية ، وتهدف المؤسسة الثقافية العمالية الى النهوض بالمستوى الثقافى لجماعير العمال وتزويدهم بالمعرفة وبما يمكنهم من تطوير قدراتهم ، والقيام بواجباتهم النقابية على خير وجه ، وكذلك الاسهام بفاعلية فى الحياة الاقتصادية ، ويمكن تحديد أهداف مجلة الثقافة العمالية فى عهدنا الجديد - خاصة وتصدر المجلة منذ عام (١٩٦١) ثم توقفت فى بداية السبعينات ، واعيد اصدارها فى مايو ١٩٨٨ فيما يلى :-

١ - تزويد العمال بالمعارف والمعلومات والأفكار التى تمكنهم من تطوير قدراتهم والقيام بواجباتهم الثقافية ، مع مواكبة الاحداث والمناسبات الثقافية والعمالية البارزة على المستوى القومى والعالمى .

٢ - تعميق الفهم النقابى لدى قراء المجلة ، والعمل على إرساء الحركة النقابية على قاعدة أساسية من الفهم والوعى السليم .

٣ - متابعة حركة التطور المستمرة فى مختلف مجالات التثقيف العمالى على المستوى القومى والعالمى ، والاهتمام بالبحوث والدراسات العلمية المرتبطة بها ، وتحقيق التوازن المنشود بين النظرية والتطبيق ، والاستفادة من التجارب الرائدة فى هذا المجال ، وذلك من منطلق ادراك وتقدير المؤسسة والقائمين عليها حاليا لأهمية البحث العلمى كأسلوب أساسى للارتقاء بالمستوى الفكرى للتثقيف العمالى .

٤ - التصدى للمشاكل التى تعاني منها التجمعات العمالية فى مختلف مواقعها ، ومنها المشكلة السكانية ، والأممية ، وقصور الوعى ، والتلوث ، وكافة الأمراض المهنية ... الخ ذلك من مشكلات ، وباعتبارها تحديا خطيرا لجهود التنمية الشاملة فى بلادنا ورفع طاقة المجتمع العمالى فى مواجهتها ، ومحاولة الوصول الى سبل علاجها .

- ٥ = دعم الثقافة القومية للعمال ، واعدادهم اعدادا سليما للنهوض بمسئولياتهم ، والاهتمام على تحقيق ذاتهم ودورهم الفعال في المجتمع ، والاهتمام بتضمين البرامج الثقافية ابعادا حضارية .
- ٦ = التعبير عن المطالب انعمالية في مجالات الثقافة العمالية واتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء في شأنها ، وبما يدعم رسالتها في تحقيق الأهداف المرجوة ، للوصول الى العامل المثقف ، الذى يشارك مشاركة فعالة في تحقيق أهداف المجتمع ، وتساهم في تحقيق خطط التنمية .
- ٧ = نشر المبادئ والقيم الدينية المرتبطة بالعمل ، وتقديرهم التقارير والفتاوى لجماهير العمال فى المسائل التى تهمهم والمشاكل التى تواجههم .
- ٨ = تشجيع واتاحة الفرصة لقوى الابداع والابتكار والمواهب العمالية والمتفوقين ، وخاصة من بين المشاركين فى برامج الثقافة العمالية على اختلاف مستوياتها .
- ٩ = ابراز كافة الأنشطة التى تقوم بها المؤسسة الثقافية العمالية على المستوى المحلى أو القومى أو العالمى ، وتوضيح أهميتها لخدمة مجالات التثقيف العمالى .
- ١٠ = الاهتمام بالثقافة الفنية للعمال ، لقيمتها الباقية ، ودورها الهام ، مع الاهتمام بمقل ذوق العامل المصرى الفنى والترفيه والترويح عنه بأسلوب راق ، وغير مبتذل .
- ١١ = الاهتمام بتقديم كافة فنون العمل الصالحى ومواده المتنوعة التى تساهم فى تثقيف العامل المصرى ، ورفع مستواه الفكرى والثقافى .

١٢ = تدريب الكوادر الصحفية ، من بين العمال أنفسهم سواء من المشاركين في برامج التثقيف العالي ، أو غيرهم على فنون العمل الصحفي وتزويدهم بالقدرات والمهارات الصحفية التي تمكنهم من التعبير بعمق وأصالة عن الفكر العالي .

وتصدر مجلة الثقافة العمالية في عهدها الجديد شهريا ، وتتميز عن باقي المجلات العمالية بأنها تطبع في مطبعة الجامعة العمالية ويحررها أبناء الثقافة العمالية ، المؤمنين برسالتها ، وتخصص المجلة العديد من الصفحات لكتابات العمال وبحوثهم ، التي تعبّر بأصالة عن ذاتهم وفكرهم في مختلف القضايا العمالية المرتبطة بهم وتوزع على العمال وغيرهم بسعر رمزي ، وكانت المجلة تصدر منذ عام (١٩٦١) ولم تحافظ على دوريتها ثم توقفت لمدة تزيد عن عشر سنوات لعدة أسباب حالت دون تحقيق رسالتها من أهمها المشاكل الفنية الخاصة بالتمويل والطباعة ، والكوادر الصحفية والفنية وغيرها من مشاكل واجهتها المؤسسة الثقافية العمالية حتى تمكنت من إعادة إصدار المجلة في إطار احتفالات الجامعة العمالية بأعياد مايو القومية ، بعد أن قامت المؤسسة بمايلي :

- ١ = تزويد المؤسسة بأحدث آلات الطباعة ، التي تطبع آلاف الأعداد من المجلة في وقت قليل ، وتعتمد على تجميع حروف الأصول الصحفية للمجلة بالتصوير بدلا من ماكينات حروف الرصاص ، وهي تمتاز بجودة الطباعة ، وتوفير الوقت ويشرف عليها مدير عام البحوث بالمؤسسة .
- ٢ = توفير كميات الورق المطلوب لطباعة أعداد المجلة شهريا .
- ٣ = دعم جهاز التحرير الخاص بالمجلة ، وبدأ جهاز تحرير المجلة في ثوبها الجديد معتمدا على خريجي شعبة الاعلام والتي بدأت عملها عام ١٩٨٥/٨٤ ، واستمر العمل فيها بنجاح حتى وقتنا هذا ، وتهتم الشعبة بالجانب التطبيقي أو العملي في مجال الصحافة العمالية ، من خلال مجلة

الثقافة العمالية ، وجريدة العمال ومجلة العمل ويتولّى
رئاستها مؤلف الكتاب ، وهو حاصل على درجة الدكتوراه
فى الصحافة عام ١٩٨٢ م .

وبدأت أعداد المجلة التجريبية فى الصدور وبالتحديد صباح
الثانى والعشرين من مايو ١٩٨٨ ووزعت فى الجلسة الافتتاحية لندوة
تطوير الاعلام العمالى التى نظمتها شعبة الاعلام والتى رأسها
د. عماد الدين حسن نائب رئيس الجامعة العمالية وشهدا السيد
أحمد العماوى رئيس الاتحاد العام لنقابات عمال مصر والسيد
عاصم عبد الحق صالح وزير القوى العاملة وشارك فيها أساتذة الصحافة
والاعلام بمختلف الجامعات المصرية وخبراء الاعلام العمالى وعمدد
كبير من الممارسين فى مختلف مجالاته .

وإعتمدت المجلة فى إخراجها على أحد الخريجين فى الشعبة بمعاونة
سكرتير تحرير فنان ورسام وخطاط فى آن واحد ، وله حاسة صحفية
نافذة بجانب قدرته على الخلق والإبتكار *

واستمر العمل فى العدد الأول للمجلة ٧٢ ساعة ، لأعداد موضوعات
العدد وترتيبها تحت إشراف د. عماد الدين حسن رئيس التحرير
السابق ، والذى تولى إنتاج (مجلة الثقافة العمالية) فى بدايتها
عهدا ، وقبل توقفها ، وكانت أشبه (بنشرة) تعبر عن نشاط
المؤسسة الثقافية العمالية ، كما كانت حلقة الوصل بين المؤسسة
ومعاهدا ومراكزها ، ورأى القاشمون على المجلة اسناد منصب رئيس
التحرير الى شخصيه محترفة ، تدرك مغزى هذه الرسالة ، ولانشغال
رئيس التحرير (السابق) بمهام عمله الحالى كمدير عام للمؤسسة
وكذا مسئولية رئيس شعبة الاعلام المتزايدة لدعم العمل بالشعبه

* السيد فتحى الشال المخرج الصحفى بأعلانات جريدة المدينة
بالمملكة العربية السعودية .
* احمد سليمان احمد اول خريجي شعبة الاعلام بالجامعة العمالية
(اول دفعة ٨٥/٨٦)

في عهدنا الجديد ، ولقد استطاع رئيس التحرير الجديد ، وهو صحفي متمرس * استطاع بحق أن يكون حلقة اتصال قوية بين المؤسسة ومعادها ، وشعبها ومراكزها فضلا عن دورة كمتنرس يحيط بأسرار المهنة ، ومنحته ادارة المؤسسة سلطات واسعة لأنه أصبح المسئول الفعلي عن المجلة كمرآة أو صورة صادقة للمؤسسة ، كما أنه صديق للجميع ، ويشارك في دورات وندوات المؤسسة ، ووافق المجلس الأعلى للمصاحفة على اصدار المجلة في نوفمبر ١٩٨٨ ، وتطورت المجلة بصورة ملحوظة ، وأصبحت توزع عن طريق ادارة التوزيع بالأهرام منذ عددها الثامن الصادر في يناير ١٩٩٠ ، وللمجلة مجلس ادارة يرأسه السيد أحمد العماوى رئيس مجلس ادارة المؤسسة الثقافية العمالية ، ورئيس الاتحاد العام لنقابات عمال مصر .

وتعتبر مجلة الثقافة العمالية في ثوبها الجديد مرآة صادقة لنشاط المؤسسة الثقافية العمالية ، ولحركة التثقيف العمالي ، كما تعتبر همزة الوصل بين المؤسسة والمهتمين بشئون الثقافة العمالية على المستوى المحلى والقومى ، وهى من الوسائل التى تستخدمها المؤسسة لرفع المستوى الفكرى والثقافى لخريجى مراكز ومعاهد المؤسسة والجامعة العمالية ، وربطهم بالمؤسسة ، وبالجامعة ، ومتابعتهم وتزويدهم بكل ما هو جديد وحديث فى ميادين دراساتهم واهتماماتهم

هذا الى جانب دورها الاعلامى التى تقوم به فى مجال نشر وتبادل المعلومات بين المؤسسة والرأى العام ومختلف التنظيمات النقابية والهيئات المعنية بالثقافة العمالية على المستوى القومى ، وتشير احدى الدراسات الميدانية التى أجرتها شعبة الاعلام بالتعاون مع الادارة العامة للبحوث بأن هناك ٩٧,٧٪ من النقابيين المشاركين فى احدى الندوات التى تنظمها الجامعة العمالية يطلعون على مجلة

* الاستاذ أحمد يوسف القرعى نائب مدير تحرير مجلة السياسة الدولية .

الثقافة العمالية



• جناح الثقافة العمالية في معرض القاهرة الدولي للكتاب

• ثقافة فن المحادثة
• المنحة وأجر العامل

• اعلام مصر في عصر النور
المجموعة الرابعة (داخل العدد)



مجلة الثقافة العمالية العدد الخامس عشر بعد التطوير

الثقافة العمالية ، منهم ٦٨ر٨ ٪ يتابعونها بانتظام ، ٢٨ر٩ ٪ تقريبا يتابعونها من حين لآخر ، وجاءت نسبة تكرارات أفضليات قراء المجلة لموادها وفقراتها على الشكل التالي :

ال مقالات	٦٤ر٤ ٪ من القراء
الأخبار	٥٧ر٨ ٪
باب بأقلام الدارسين	٥٧ر٨ ٪
التحقيقات الصحفية بالمجلة	٥٢ر٢ ٪
ملف العدد	٤٨ر٩ ٪
عرض الكتب	٢٧ر٧ ٪
رسائل القراء	- ٢٥ر٥ ٪
الأحاديث الصحفية	٢٢ر٢ ٪
أنت تسأل ونحن نجيب	٢٢ر٢ ٪
رياضة وهوايات ومسابقات	٢٦ر٦ ٪
كاريكاتير	٢٢ر٢ ٪
قصص	١٥ر٥ ٪
فنون ورسوم	١٥ر٥ ٪

وباستطلاع رأى النقابيين المشاركين فى الندوة الدولية لأثر المتغيرات التكنولوجية والاقتصادية على الحركة النقابية المصرية (١٧- ٢٢ مارس ١٩٩٠) ، ذكر ٨٨ر٩ ٪ منهم أنهم يستفيدون من المجلة ، بينما قرر (١١ر١) ٪ منهم أنهم لم يستفيدوا منها شيئا ، وقرر ٦٢ر٨ ٪ أنهم راضين عن المجلة الى حد ما ، بينما قرر ٢٧ر٨ ٪ أنهم راضين عنها تماما .

منشورات صحفية :

ومن جهة أخرى تهتم أسرة الاعلام بالمؤسسة بانتاج النشرات الدورية وشبه الدورية ، والملصقات للاعلام عن نشاط المؤسسة والتي تعد من المؤسسات الخاصة ذات النفع العام ، وتهدف الى النهوض بمسئوليات التربية الثقافية والقومية والنقابية لعمال مصر .

ولأول مرة يتم تكوين أسرة للاعلام وبدون قرار وتضم شعبة الاعلام بالجامعة العمالية وادارة الاعلام والادارة العامة للبحوث بالمؤسسة ومن بين منشورات أسرة الاعلام التي تلعب دورا هاما في الاعلام عن نشاط المؤسسة (داخليا - خارجيا) مايلي :

١ - صوت الجامعة العمالية :

وهي عبارة عن نشرة شبه دورية تصدرها أسرة الاعلام متضمنة تغطية شاملة لنشاط الجامعة العمالية في مختلف مجالاتها وتحتوي ادارة الاعلام توزيعها على كل المؤسسات الصحفية والاعلامية .

٢ - أنباء :

وهي نشرة دورية تصدرها أسرة الاعلام بصفة دورية ، في المناسبات المختلفة وخاصة في المؤتمرات والندوات التي تنظمها الجامعة على المستوى الوطني أو العالمي ، وباستطلاع رأى المشاركين في احدى الندوات التي غطتها النشرة يوميا على مدى أسبوع كامل ، والتي نظمتها الجامعة العمالية بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ايبرت الألمانية ، قرر جميع المشاركين في الندوة وينسبة بلغت ١٠٠٪ أنهم يحرصون على قراءة النشرة (أنباء) يوميا ، وقرروا أنها قامت بدورها في الاعلام عن الندوة وأعمالها ، وفصل ٧٣,٢٪ منهم الأخبار والمعلومات والوقائع الخاصة بأعمال الندوة والتعليق عليها .

ومن جهة أخرى يتبع المؤسسة ثمان مناطق على مستوى الجمهورية ، هي منطقة القاهرة والاسكندرية والبحيرة وشرق ووسط الدلتا والدقهلية وشمال وجنوب والوجه القبلى وتضم كل منطقة من هذه المناطق مجموعة من المحافظات وعلى سبيل المثال فان منطقة القاهرة تضم محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة - الجيزة - القليوبية) ، ويبلغ عدد المراكز الخاصة بالتثقيف العمالي بهذه المناطق ٢٢ مركزا منتشرة فى أنحاء الجمهورية ، وتقدم مجموعة من برامج التثقيف العام والاساسى لعمال الصناعة والتجارة وقطاع الخدمات وعمال الزراعة ، هذا بالإضافة الى بعض برامج التثقيف المتقدم لأوائل خريجي البرامج التثقيفية الأساسية العامة ، وبرامج أخرى نوعية حسب احتياجات المنشآت الانتاجية أو الخدمية كالتأمينات الاجتماعية أو الأمن الصناعى ٠٠٠ الخ ، ولكل منطقة منشوراتها ، ومطبوعاتها الخاصة وكذلك صحف الحائط التى يصدرها المشاركون فى برامج التثقيف المختلفة .

كما يتبع المؤسسة سبع معاهد عالية متخصصة تهتم بالتثقيف التخصصى لقيادات العمال بهدف اعدادها فى المجالات المتخصصة ومنها الدراسات النقابية والأمن الصناعى والتربية العمالية والعلاقات العمالية الدولية والتأمينات الاجتماعية والثقافة السكانية ويتولى كل منها انتاج المواد الاعلامية المتنوعة من نشرات وكتيبات ومؤلفات وصحف الحائط لخدمة حركة التثقيف العمالى التخصصى والتى تعلم عن أنشطتها ومنها على سبيل المثال :

٣ - الثقافة العمالية السكانية :

وهي نشرة اخبارية علمية شبه دورية يصدرها معهد الثقافة السكانية بالمؤسسة ، بالتعاون مع مكتب العمل الدولى بالقاهرة توزع على المشاركين من العمال فى دورات المعهد من جماهير العمال وكذا داخل المؤسسة ، ومناطقها ، ومعاهدها ، والجامعة العمالية

عدد الثاني السبت الموافق ١٦ سبتمبر ١٩٨٩ تصدرها أسرة الاعلام بالجامعة العمالية

- نوفمبر بدء الدراسة بالجامعة العمالية
- اجتماع موسع بالجامعة العمالية لبحث الاستعداد للعام الدراسي الجديد

[illegible]

من شهر
نشره إسماعيل دويو
بصفتها
معهد الثقافة المسكتوية
بالمؤسسة الثقافية الصقلية
بالسود مع
منظمة العمل الدولية
صندوق الأمم المتحدة لل

(صوت الجامعة العمالية)

الثقافة العمالية السكانية

الثقافة العمالية السكانية

أب

بيان الدكتور / عاطفة
الشعب يوم ٢٨

[illegible]

ات تشارك :
أولاً القوم

الجمعية العمومية للقانون
مشروع ١٩٦١

١٩٨٦
٧ يونيو

السيد السيد أحمد الشاذلي ضمن جنود
قوة عسكرية حول هذا المشروع تستفيد
من وحد من إسرائيل .
بذلك ، اتهام السيد جابر حوالة
أبحاث تقنية للثقة .

سيرة روح من
في القيد الامارة

اصلاح القطاع العام

تم تقديم
التعليق
1940
الكتاب

الرسالة السيد أحمد الصافي ضمن جنود
 رتبة عليا حول هذا المشروع تستشهد
 به واحد من أبطاله
 وبك وللهام السيد جعفر عبدالمصطفى
 أبحاث فنية للشباب وأستاذ ميزانيتها

من مع حضرات
 من (مركز الرشاد)

نزل أصلها نسلًا ونوصيات الإ

كما تتنافس الجمعية العلمية للورقة المقيدة
أسمن علم القنطرة وأضواء

التي العامة للتكنولوجيا والتي
كما يحضر الاجتماع الدكتور
رؤساء الأقسام المتخصصة
في السيد حاسم عبدالحق
في نشاطات القابلة للمدى

مؤتمر الجمعية السورية للدراسات
صباح اليوم بالجامعة الحرة
عبد نقيب المدرس للعلوم والآداب
القسم الثاني

(انباء)

رؤساء الأمانات المتخصصة
والسيد هاشم عبدالحق
في نشاطاته التثاقفية الكبرى

في الجمعية المصرية
١٩٩٠ حول الكتاب
منه مجلس الإدارة
والثقافة والأعلام

نصحة اليوم وغدا
لها للمنوبة الدم وغدا المنافسة
لوات الخامسة بها حتى يسهل
للاجماعة

عاصم عبد الحليم
الجمعية العمومية

١٩٩٠ حول التكنو
بناء مجلس الإدارة
والاقتناء والاعلام

بالنقابة وأقترح أن ٣٠٠ عضو من أعضاء النقابة والسيد صالح كلمة بهذه المناسبة كما يقدم السيد

تقدم الامانات المنفصلة القائمة التالية
للتفابة التي، بنادى الامانة

من المجالات الخاصة بالمصوبة والتنظيم وعلاقات العمل والأجهزة
والخدمات الاجتماعية والتدريب (التمهيدية)

السياسات والاقتصاد (والصحة
والسكن والملاقيت الدولية والتأمين

والمؤسسات الصحفية والاعلامية ، وتحتاج الى الاهتمام بتحريرها على أسس من الفن الصحفي لتشويق القراء ، للاطلاع عليها ومتابعتها ولتبسيط معلوماتها وعرض أرقامها وحقائقها الهامة والخطيرة .

هذا بالإضافة الى إصدارات المعاهد الأخرى المختلفة من مطبوعات (نشرات - كتب - صحف حائط) ، وتستهدف تزويد الكوادر النقابية بالمعلومات الجديدة في مجالات تخصصهم المتنوع كما تحفزهم على الدراسة والاطلاع والتحصيل ، كما يتضمن بعض المواد العلمية والمنهجية المرتبطة بدراساتهم النقابية أو المرتبطة ببرامج الدراسة بالمراسلة ، والتي يتم توزيعها عليهم في مواقع عملهم ، وأماكن تجمعاتهم ، وتواجدهم ، لعدم امكانية تفرغهم هذا بالإضافة الى العديد من المطبوعات ، وصحف الحائط التي تستخدم في الدورات والحلقات التثقيفية على اختلاف مستوياتها ، وتلعب دورا هاما في تحسين برامجها وأساليبها وتنعكس أهميتها في رفع المستوى الفكري والثقافي لجماعهم العمال .

وزارة القوى العاملة والصحافة العمالية :

من جهة أخرى تهتم وزارة القوى العاملة بالكلمة المطبوعة وذلك لأهمية دورها في مجال العمل والعمال ، وتوجد بالوزارة ادارة للاعلام المهني ، تصدر العديد من النشرات والمطبوعات والكتيبات التي تستهدف نشر الوعي المهني والتدريب على مستوى القوى العاملة ومنها (نشرة القوى العاملة) وتتناول مختلف المعارف والمعلومات والآراء عن برامج التدريب وأهميتها ، والخطط الموضوعة للاهتمام بها ، والوسائل والأساليب التي يمكن استخدامها في هذا المجال كما تصدر سلسلة دراسات في القوى العاملة والتدريب ، وكذلك تصدر سلسلة كتيبات تعليمية مبسطة ، تستهدف التعليم على بعض الحرف البسيطة المرتبطة ببعض الأعمال المنزلية ، ومنها تركيب البلاط والسيراميك ، والتجارة ، واصلاح بعض الأجهزة المنزلية

وسلسلة كتب موضوعها (مستقبلك في مهنتك) ، وقد صدر منها
٦ كتب في موضوعات مختلفة منها ضبط الآلات الدقيقة ، ميكانيكى
جرارات زراعية (ضبط الآلات الدقيقة ، السرجى ، والطباخ
التمريض ، التحاليل الطبية ٠٠٠ الخ ، هذا بالإضافة الى جهود
باقى الإدارات ومن أهمها إدارة العلاقات العامة والإعلام بالوزارة
فى تزويد المؤسسات الصحفية القومية والإعلامية بالأخبار والموضوعات
الصحفية الهامة التى تخدم مجالات العمل والعمال فى مصر ، ومن
جهة أخرى تدعم الوزارة جمعية الثقافة وتتنولى إصدار مجلة العمل
كمجلة فنية متخصصة فى قضايا العمل والعمال والتنمية .

مجلة العمل :

صدر العدد الأول من مجلة العمل فى أول يناير ١٩٦٣ ، وهى
مجلة شهرية فنية متخصصة تهتم بكل مايدخل فى دائرة العمل
كمواطن وكطرف فى علاقات العمل ، وكنصر هام وأساسى فى
عملية الانتاج .

وتصدر المجلة ملحقا بها (كتاب العمل) ، ويصدر شهريا
وبانتظام ، ويوزع كل شهر مع المجلة ، وبلغ عددها ٢٨٤ عددا حتى
شهر ديسمبر ١٩٨٧ .

من جهة أخرى تهتم مجلة العمل بعقد الندوات الصحفية لتاريخ
الحركة النقابية المصرية ، ولمناقشة بعض السياسات العمالية . الهامة
مثل سياسة الاستخدام ، والتدريب المهنى ، أو مناقشة بعض القضايا
الهامة ، التى تحتاج الى توضيح ، وتستضيف فيها كبار الشخصيات
والمختصين والخبراء .



• The first part of the paper discusses the importance of the
• The second part of the paper discusses the importance of the
• The third part of the paper discusses the importance of the

• The fourth part of the paper discusses the importance of the
• The fifth part of the paper discusses the importance of the
• The sixth part of the paper discusses the importance of the
• The seventh part of the paper discusses the importance of the
• The eighth part of the paper discusses the importance of the
• The ninth part of the paper discusses the importance of the
• The tenth part of the paper discusses the importance of the

• The eleventh part of the paper discusses the importance of the

• The twelfth part of the paper discusses the importance of the
• The thirteenth part of the paper discusses the importance of the

ثانيا : البرامج العمالية فى الاذاعة

والتليفزيون

لا تختلف البرامج العمالية فى الراديو والتليفزيون من حيث الشكل ، والمبادئ الأساسية التى ينبغى اتباعها من باقى البرامج الاذاعية أو التليفزيونية التى تعد لتحقيق أهداف ثقافية أو سياسية أو اجتماعية متعددة (١٧) ، فمهما اختلفت تصاميم فى قوالب معينة لأهداف تسعى اليها ، ويمكن تصنيفها طبقا للعديد من المتغيرات أولها جمهور العمال الذين توجه اليهم أو مخاطبتهم ، فقد يكون الجمهور المخاطب عمال صناعة أو حرفة معينة ، كصناعة البتروكيماويات ، أو الصناعات الغذائية ، أو عمال الزراعة ... الخ ، أو طبقا للوقت الذى تذاع فيه ، فهناك البرامج الصباحية ، والمسائية ، أو ما يعرف ببرامج السهرة ... الخ ، وكذلك يمكن تصنيفها وفقا لمدتها فهناك البرامج الطويلة ، والتى تزيد مدتها عن نصف ساعة مثلا والبرامج القصيرة التى تقل مدتها عن عشر دقائق ، ثم متوسطة التوقيت ، والتى تبلغ مدتها تقريبا ربع ساعة .

كما يمكن تقسيم البرامج العمالية طبقا لدورتها فهناك البرنامج الذى يذاع مرتين أو أكثر يوميا ، أو البرنامج اليومي أو الاسبوعي أو الشهري ، أو حتى البرنامج الذى يذاع سنويا كاحتفال بعيد العمال أو عيد الانتاج ... الخ ذلك من برامج عمالية ، ويمكن تصنيف البرامج العمالية طبقا لطبيعة بثها وإرسالها فمنها المسجل داخل أو خارج الاستديو كما يحدث فى مواقع الانتاج والخدمات ، أو الحية التى تذاع على الهواء مباشرة كاحتفال بعيد العمال ، وهناك فروق بينها ، ومن أهمها طبيعة التحكم والسيطرة فيما يذاع ، وبالتالي تحقيق ما يعرف بأمن الميكروفون كما يمكن تصنيفها طبقا للمادة المسجلة عليها على سبيل المثال ، أن كانت على شرائط أو اسطوانات أو أفلام أو فيديو ... الخ ، كما يمكن تصنيف البرامج العمالية طبقا لأهدافها التى تسعى اليها

ويمكن حصرها في الأهداف المعرفية أو الاعلامية التي تهتم بتزويد جماهيرها من المستمعين أو المشاهدين بالأنباء ، والمعلومات والحقائق والنفس البشرية نفس اعلامية تتغذى بالخبر والمعرفة خاصية تميز الانسان عن غيره من المخلوقات ، وهي محور أساسي في حياته والمعرفة من أهم حاجات الوجود الانساني ، ومن جهة أخرى هناك الأهداف المهارية أو النفسحركية ، والتي تسعى فيها أومن خلالها البرامج العمالية في الاذاعة والتليفزيون الى اكساب العمال "المستمعين أو المشاهدين" مهارات عملية متنوعة ، كتعليمهم القراءة والكتابة ، أو التدريب على مهن أخرى كالتدريب التحويلي ٠٠ الخ ذلك من مهارات يستخدمها العمال في العمل المثمر المنتج ، والذي يعود عليهم بالخير والرفاهية ، وبالتالي على مجتمعهم ، كذلك من بين الأهداف التي تسعى اليها البرامج العمالية مايتصل بوجودان العامل المستمع أوالمشاهد ، كأن تستهدف البرامج مساعدة جماهير العمال على اكتساب الاتجاهات النفسية والقيم الاجتماعية والخلقية والسلوكيات السليمة في حياتهم اليومية ، وتوفير التجارب والخبرات التي يمكن أن ينخرطوا فيها ، وهكذا يمكن تصنيف البرامج العمالية طبقا لأهدافها ، ويمكن أن تكتمل هذه الأهداف جميعا في برنامج واحد ، ونعلم أنه لاأكتساب لمهاره دون أساس معرفي أو معلومة تسبقها ، كما يمكن تصنيف أهداف البرامج العمالية بمعنى أن لها أهدافا متباينة سريعة أو عاجلة كمواجهة خطر معين كالادمان أو الاسراف الاستهلاكى ٠٠٠٠ الخ ، أوهدف مرحلي لفترات محدودة ، أو هدف على المدى البعيد أو الطويل الأمد حيث نجد فروقا واضحة في هذه الأهداف ، التي تكون خاصة بكل برنامج يسعى من أجلها سواء كان اخباريا أو تعليميا ، أو تثقيفيا ، أو ترويجيا ، أو ترفيهيا ، أو اعلانيا ، فعلى سبيل المثال نجد فروق واضحة في الأهداف الخاصة بالاعلان الاداعي أو التليفزيوني ، فهناك اعلان يستهدف تنشيط الطلب على سلعة أو خدمة معينة ، أو تعليم المستهلكين الطريقة الصحيحة في استخدام المنتج أو التذكير باسم السلعة أو الخبرة ، أو مقاومة أثر المنافسة الاعلانية للمنتجات أو الخدمات ، أو تكوين صورة

ومركز متميز في أذهان المستمعين والمشاهدين عن الخدمة
أو المنتجات المعلن عنها .

من جهة أخرى يمكن تصنيف البرامج العمالية طبقاً لأشكالها
أو القوالب التي تقدم بها ، فمنها برامج الشخصية الواحدة
(الحديث المباشر) ، والمحاورات والمقابلات ، أو الندوات
والبرامج الجماهيرية ، أوفى شكل جورتال (جورتال القريية)
..... الخ ، كما يمكن تصنيفها وفقاً لجهة انتاجها ، فهناك
البرامج العمالية المنتجة داخل محطة الاذاعة أو التلفزيون المحلي
أو القومي والبرامج الأخرى ، المعلقة أو المستوردة التي يمكن
استيرادها من إحدى المحطات الاذاعية أو التلفزيونية . الخ ،
ويرى بعض الخبراء أنه فيما عدا البرامج العمالية التي تستهدف
مباشرة في أهداف تعليمية ، فإن البرامج العمالية أقرب إلى
البرامج الاخبارية وبرامج الأحداث الجارية ، منها إلى أية فئة
أخرى - من فئات البرامج ، وفيها تعتبر برامج العمال في الراديو
والتلفزيون برامج صحفية ، وتدخل في الإطار العام الذي يضم
ما أُصطلح على تسميته ببرامج الصحافة الاذاعية ، مشيراً إلى
أن كلمة الاذاعة تعني الراديو والتلفزيون معا (١٨) .

وتهدف البرامج الموجهة للعمال إلى تحقيق مايلي (١٩) :-

- ١ - تنمية الوعي الوقائي لدى العمال لحماية أنفسهم من اصابات
العمل ، وأمراض المهنة .
- ٢ - إتاحة الفرص لمتابعة التطور التكنولوجي المناسب
والاستفادة من تطبيقه في تنمية الاداء .
- ٣ - التنبيه إلى الآثار الضارة المترتبة على أشكال الاسراف ،
سواء كان اسرافاً في الوقت ، أو الموارد أو الخامات .
- ٤ - إقامة الرابطة الوثيقة بين العامل والآلة التي يعمل عليها
باعتبارها مصدر رزقه ، وأساس اقتصاديات وطنية .

٥ - الاهتمام بالتدريب النظري والعملى لرفع الكفاية الانتاجية

فى مجال الصناعة .

٦ - ارساء قواعد العلاقات الانسانية بين العمال ، وغمس روح التعاون وربطها بالمصلحة الخاصة والمصلحة الوطنية .

٧ - ترشيد سلوكيات العمال وأنماط طباعهم المعيشية .

٨ - الحث على الاقبال على برامج محو الامية ، واكتساب المعارف ، والخبرات التى تثرى قدراتهم وتنمى عقولهم .

٩ - الاهتمام ببحث قضية هجرة العمال للخارج ، وتنظيمها بما يحقق عدم الاخلال باحتياجات السوق الداخلى .

١٠ - التشجيع على ممارسة الرياضة فى المؤسسات الصناعية حفاظا على الصحة النفسية والبدنية ، واستثمار وقت الفراغ فيما ينفع .

١١ - تشجيع العمل فى مؤسسات المجتمعات الجديدة ، مع ابراز كافة المتغيرات التى تتيحها تلك المؤسسات لعمالها .

١٢ - تأكيد حقيقة أن اتقان العمل هو تكليف دينى ، وواجب أخلاقى ، والتزام وطنى ، ومسئولية ضميرية ، وعائده يرجع على الفرد وعلى المؤسسة وعلى المجتمع .

١٣ - ترشيد استهلاك الخامات ، وتوجيه الفاقد التوجيه الأمثل حفاظا على كافة الامكانيات والطاقات ، وعدم اهدارها .

ويمثل العمال قطاعا من أهم قطاعات القوى العاملة التى تساهم بدور أكثر فاعلية فى رفع عجلة التنمية والاقتصاد القومى ، وتولى الاذاعة بشعبيتها "راديو وتليفزيون" فى مصر اهتماما خاصا ببرامج العمال ، وحرصا على هذا القطاع الكبير فقد خصصت برامج نوعية لخدمتهم لتسهم الى

جانب الصحافة المقروءة في اعداد هذا القطاع نفسيا واجتماعيا وثقافيا ، لتحقيق الامل المعقودة عليهم في التنمية الشاملة وزيادة الانتاج وبما ينعكس في زيادة الدخل القومي .

أ - برامج الراديو :

تلاحق برامج الاذاعة العمال منذ الصباح الباكر وحتى المساء ، ولهذا فالعامل المصري لابد وأن يحصل على جزء من معلوماته في بعض ميادين المعرفة المجهولة لديه عن طريق الراديو ، الذي يساهم بانتشار مراحته الواسع على تكوين قدر من وحده الفكر والدوق والشعور في الامة ، ويقدم الاخبار بسرعة تفوق الوسائل الاعلامية كلها ، وهو من الوسائل القومية التي يمكن أن يصل الى جميع السكان بسهولة متخطيا حاجز الأمية المتفشى بين جماهير العمال ، وكذلك الحواجز والحدود الجغرافية ، ويستطيع أن يصل الى الأميين والمتعلمين على السواء ، الفقير والغني دون استثناء ، ولا تحتاج برامجها الى أي جهد من جانب المستمعين ، وأصبح الراديو الوسيلة الاعلامية السهلة التي تجعلهم على علم بما يحدث ، ويمكن تقوية رسائله المذاعة بالموسيقى أو المؤثرات الصوتية التي تترك انطبعا قويا لدى المستمعين وقد أظهرت التجارب أن المواد السهلة والبسيطة التي تقدمها برامج الراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة ، وخاصة بين الأفراد الأقل تعليما ، كذلك يرى البعض أن الراديو من الوسائل التي تجعل مستمعيه تحس بالمساهمة والواقعية ويكيف المستمعون مضمون برامجها بما يتفق مع توقعاتهم ، وهو أقل الوسائل تكلفة وأسهلها استخداما (٢٠) .

الاستماع إلى البرامج العمالية :

تشير إحدى الدراسات الحديثة التي تستهدف التعرف على موقف العمال من البرامج العمالية ، والوقوف على حجم استماع هؤلاء العمال إلى البرامج النوعية (بصفة خاصة) إلى أن ١٨ ٪ من المستمعين لبرامج الراديو هم الذين يتابعون البرامج العمالية فى الراديو ، فى الوقت الذى يستمع فيه إلى الراديو ٩٩ ٪ من بين أفراد العينة مما يؤكد على أهمية الراديو كوسيلة إعلامية التى تمثل غالبية جماهير العمال النقابيين الذين ينتمون لأكثر من ١٨ نقابة عمالية عامة ، بينهم ٢٤ ٪ يستمعون دائما إلى برامج الإذاعة ، بينما الذين قرروا أنهم يستمعون إلى هذه البرامج أحيانا فقد بلغت نسبتهم ٧٥ ٪ ، والاستماع إلى برامج الراديو أحيانا يعنى عدم الانتظام فى الاستماع إلى برامجهم ويعكس درجة من التباعد عن الاستماع إلى البرامج الإذاعية (٢١) .

وفى دراسة أخرى قرر ١٢٥ ٪ من بين أفراد العينة العمالية أنهم يتابعون بانتظام البرامج العمالية بالإذاعة ويمثلون عمال مصانع القزل والنسيج بالمحلة الكبرى والحديد والصلب بحلوان والزجاج والبللور بشبرا الخيمة والسكر والتقطير المصرية بالحوامدية ومنتجات الجوت ببلييس والقزل والنسيج بالغيوم والذين يمثلون سبوت محافظات ، هى القاهرة والقربية والقليوبية والجيزة والشرقية والغيوم ، أما الذين ذكروا أنهم يتابعون هذه البرامج العمالية أحيانا فقد بلغت نسبتهم ٤٠ ٪ ، والاستماع أحيانا كما سبق أن أوضحنا يعنى عدم الانتظام فى الاستماع ، ويعكس درجة من التباعد عن البرنامج الذى أعد لهم خصيصا ، ويزداد هذا التباعد بين ١٢ ٪ من أفراد العينة ، الذين ذكروا أنهم يستمعون نادرا إلى البرامج العمالية ، على أننا إذا صنفنا أفراد العينة إلى مجموعتين ، مجموعة تستمع وأخرى لا تستمع إلى البرامج العمالية فإننا نجد أن الذين يستمعون إلى البرامج العمالية بدرجات الاستماع متفاوتة (دائما - أحيانا - نادرا) تبلغ أكثر

من ثلثى أفراد العينة ويبلغ حجمهم ٦٨٤٤٪ منهم ، أما الذين لا يستمعون أبدا إلى هذه البرامج فقد بلغت نسبتهم ٢١٥٦٪ ، ويتعميم هذا الناتج على مجتمع الدراسة كله يمكن القول بأن النسبة الحقيقية للذين لا يستمعون إلى البرامج العمالية في المجتمع العمالي الصناعي الذي سحبت منه العينة العمالية على مراحل Malti Stage Sample تقع بين ٢٩٢٥٪ و ٢٢٧٧٪ بمستوى ثقة ٥٠٪ وتعد نسبة كبيرة تحد من الاستفادة من برامج انتجت خصيصا لخدمة هذه الفئة من جماهير العمال (٢٢) .

وتشير الدراسة إلى تفاوت نسب الاستماع من تجمع عمالي لأخر حيث ترتفع نسبة الذين يستمعون إلى البرامج العمالية إلى أقصى معدلاتها ٧٤٩٪ في شركة مصر للغزل والنسيج بالمحلة الكبرى بينما تنخفض إلى أدنى معدلاتها في شركة السكر بالحوامدية التي ٤٢٣٪ ، وبينما تتفاوت نسب الذين يستمعون إلى هذه البرامج في المصانع الأخرى ، وقد يرجع ذلك إلى طابع المنطقة التي يتواجد بها كل مصنع ، ففي المحلة الكبرى وفي حلوان تتركز معظم الصناعات الثقيلة ، وهذا الطابع الصناعي للمنطقتين يساعد على احتكاك العمال بعضهم البعض ، مما ينتج عنه تفاعلا اجتماعيا ومهنيا فتتزايد أنشطتهم الثقافية والاجتماعية والفنية مما يدفعهم إلى الاستماع إلى البرامج العمالية ليتابعوا أخبار إخوانهم العمال وأنشطتهم وما خص لهم من خدمات ، أما باقي المصانع التي طبق عليها البحث فتوجد في مناطق يغلب عليها الطابع الزراعي باستثناء شركة النصر للزجاج والبللور بشبرا الخيمة ، وهو مصنع يعتمد على كثير من العمال الوافدة من الريف المصري ، وبعضهم مقيم به ، مما قد يقلل ذلك اهتمامهم بالاستماع إلى البرامج العمالية مما يجعلنا نؤكد أن نسبة العمال الذين يستمعون إلى البرامج العمالية في المناطق ذات الطابع الصناعي يزيد عن المناطق التي يغلب عليها الطابع الزراعي من جهة أخرى تشير الدراسة إلى ارتفاع حجم المستمعين المتعلمين عن الأميين ، حيث نجد أن حوالي نصف العمال الأميين ٥٢٦٪ يستمعون إلى البرامج

العملية بدرجات متفاوتة ، تتراوح بين الاستماع الدائم والمتقطع والنادر ، بينما نجد أن هذا المعدل يرتفع الى الثلاثة أرباع تقريبا ٧٢,٨ ٪ بين فئة المتعلمين ، ونعتبر الفرق بين النسبتين فرقا جوهريا ، وبمستوى دلالة ٠,٥ ر وما يجعلنا نؤكد أن معدل الاستماع الى البرامج العملية يرتبط ارتباطا ايجابيا والمستوى التعليمي .

جماهير المستمعين من العمال :

بتنوع جمهور المستمعين من العمال للبرامج العملية ففى شبكات الاذاعة المصرية ، فهناك عمال الصناعة ، وعمال الزراعة عمال يقطنون المدن ، وآخرون يعيشون فى المناطق الريفية أو الصحراوية ، وهناك برامج خاصة وموجهة لكل فئة على حدة فهناك البرامج الموجهة للعمال ، وكذا البرامج الريفية التى توجه لعمال الزراعة فى المناطق الريفية ، بهدف الاعلام أو التثقيف أو الارشاد والتوجيه أو الترفيه ، ويمكن أن نقول أن البرامج الاذاعية على اختلافها قومية (وطنية) أو محلية فى طورها الجديد تستهدف مشاركة جماهير العمال الفعالة لتطوير بيئتهم ومجتمعهم حيث انتشرت الاذاعات المحلية فى شتى أنحاء الوطن لتسجل طفرة جديدة تنتقل بها الخدمة الاعلامية الى العامل المصرى كمواطن فى موقعه الانتاجى أو الخدمى ، وتشارك معه عن طريق التفاعل بالرأى البناء ، والنقاش المثمر ، فى تطوير بيئته وتنميتها والنهوض بها ، هذا بالإضافة الى برامج الشبكات الأخرى كالشبكة الرئيسية (البرنامج العام) والتى تقدم خدماتها الاذاعية طوال الاربع والعشرين ساعة ، بالإضافة الى الشبكة الثقافية ، وتضم البرنامج الاوروبى المحلى والبرنامج الثانى . والبرنامج الموسيقى والشبكة الدينية (اذاعة القرآن الكريم) والشبكة التجارية (اذاعة الشرق الأوسط) والشبكة العربية ، وتضم اذاعة صوت العرب ، واذاعة فلسطين ، واذاعة وادى النيل ، بخلاف الشبكة الموجهة التى تبث ٥٩ ساعة فى المتوسط اليومي ، من خلال ثمان وثلاثين خدمة اذاعية ، بثلاثين لهجة ولغة (٢٢) .

وعنيت ببرامج الاذاعات المحلية على اختلافها بالعمال وشهدت توسعا ملحوظا، مما أدى الى نشر مظلة الاعلام المصرى ، وتغطية كل ركن من أركان الأرض المصرية ، حيث امتدت الخدمات الاذاعية لتغطي كافة المناطق الصناعية أو الزراعية والصحراوية ، ووصلت الخدمات الاذاعية الى المجتمعات النائية ، أصبح هناك ثمان اذاعات محلية هي الاسكندرية والقاهرة الكبرى والقناة والعريش ووسط الدلتا وشمال الصعيد وجنوب سيناء واخيرا اذاعة مرسى مطروح ولخطورة دورها يسعى اتحاد الاذاعة والتليفزيون الى زيادة عددها لتصل الى احدى عشر اذاعة محلية لتقدم خدماتها على أسس لامركزية اتساقا مع فلسفة الحكم المحلى وبما يحقق النهوض بالمجتمعات والبيئات المحلية ، ويسر لها أسباب النمو والازدهار وتخدم كل اذاعة أكثر من محافظة فعلى سبيل المثال تخدم اذاعة وسط الدلتا على سبيل المثال محافظات الغربية والمنوفية والدقهلية ودمياط وكفر الشيخ (٢٤)

وتقدم هذه الاذاعات برامج عمالية تختص بأصحاب الحرف والمهن المختلفة ، وطبقا لطبيعة كل مجتمع ، كما تهتم ببرامج وشباب العمال داخل المجتمعات المحلية ، لتعرض مشاكلهم ، وتبرز مطالبهم وتعالج قضاياهم ، وتبرز الصورة البيئية التى يرى فيها أبناء المجتمع أنفسهم ، وتعتبر بمثابة حلقة اتصال قوية ، وعلاقة سليمة ومتوازنة بين المجتمع المحلى بمختلف قطاعاته ومؤسساته الانتاجية أو الخدمية وتنظيماته الشعبية والنقابية ، هذا بالإضافة الى ربطهم بالمجتمع الاكبر ، لتؤكد الارتباط والتكامل بين الذاتية والمحلية والهوية الوطنية ، مستهدفة ربط الجزء بالكل ، ربط فئة جماهير العمال باعتبارهم جزء هام من كيان المجتمع المحلى ، كما توظف امكاناتها البرمجية لاشباع وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم وتنوع البرامج الاذاعية التى تخدم جماهير العمال ومنها على سبيل المثال المجلة العمالية ، والتى تقدمها اذاعة القاهرة الكبرى لتحيط عمال محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية بأهم أخبارها أسبوعيا ، كما يعمل البرنامج على نشر أخبار التثقيف العمالى وبرامج محو الامية

وابراز الموامب العمالية من خلال تقطية نشاطها الاداعيا ويلقـى
الضوء على الاختراعات والابتكارات العمالية .

برنامج (صناع بلدنا) ، وهو برنامج بدأ تنفيذه فى منتصف
السبعينات ، بالتعاون بين المؤسسة الثقافية العمالية ، وإذاعة الشعب
آنذاك وكان أسمه فى بادئ الأمر (مصر الصناعية) ويذاع حاليا
أكثر من مرة أسبوعيا ، ومدة الحلقة الواحدة تصل الى ربع ساعة
ويعتمد على أكثر من أسلوب كالمحاورات و المسابقات ، فى
مختلف المجالات العمالية ويقوم بتوزيع جوائز رمزية على الفائزين
من عمال الشركات الانتاجية أو الخدمية ، ويستهدف تنمية الوعى
العمالى بدورهم ، والفائدة التى يمكن أن تعود عليهم وعلى وطنهم
من زيادة الانتاج وتجويده ، وتوعية العمال بالمفاهيم السليمة تجاه
الات والمعدات ، وذلك من خلال المحاورات ، واللقاءات مع
القيادات العمالية فى مختلف المواقع الانتاجية والخدمية ورفع
المستوى الفكرى والثقافى لجمامير العمال وتقديم المواد والفقرات
الاداعية التى تشبع اهتماماتهم ، وتحقق رغباتهم وتتفق مع ميولهم
واستعداداتهم وقدراتهم .

البرامج الريفية وعمال الزراعة :

ومن جهة أخرى تهتم الاداعات على اختلافها بعمال الزراعة
فى اطار ماتقدمه من برامج لخدمة أهل الريف ، خاصة وتعتبر
التنمية الزراعية دعامة أساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية ، ولهذا
تهتم بمواجهة المشاكل والمعوقات التى تواجه عمال الزراعة باعتبارهم
الدعامة الأساسية لزيادة الانتاج فى الريف والتركيز على كل مايرفع
كفايتهم الانتاجية ، ويحقق زيادة انتاجية الأرض الزراعية .. التى
يفلحونها وتوعيتهم بأهمية المحافظة على كل شبر منها ، ومنع التعدى
أو الاضرار بخصوصيتها ، واستصلاح المزيد من الاراضى الجديدة وخلق
مجتمعات زراعية متطورة تأخذ بأساليب التصنيع الزراعى ،
وترشيد اساليب الري ، وتحسين حالة الصرف ، وتحسين التربة
الزراعية ، وغرس روح المحافظة على الثروة الحيوانية والداجنة

من الضياع ، وزيادة انتاجيتها ، وتوجيه الارشادات لعمال الزراعة للمحافظة على محاصيلهم وكيفية مواجهتهم لأمراض النبات ، ودعوتهم الى المشاركة الشعبية ، ومعاونة الدولة فى النهوض بمجتمعاتهم الريفية ، وترغيب الأميين منهم فى الاقبال على برامج محو الامية ومعاونتهم على التخلص من العادات والتقاليد غير الملائمة والتي لاتواكب متطلبات التنمية الشاملة ، هذا بالإضافة الى توصيل أحدث تقنيات العصر ، وتنظيم التنمية الزراعية ، وكل مايتعلق بذلك من معلومات حديثة الى عمال الزراعة فى مختلف المجتمعات الريفية أو الصحراوية .

مدى الاستفادة من البرامج العمالية :

تشير الدراسات السابقة الى أن كل أفراد العينة الذين يستمعون الى البرامج العمالية تقريبا ، والذين تبلغ نسبتهم ٩٧,٢٩٪ قرروا أنهم يستفيدوا من الاستماع الى هذه البرامج بينما لم يستفد منها سوى ٢,٧١٪ ، وتعد نسبة الذين يستفيدون من البرامج العمالية مرتفعة جدا ، وتعكس لنا هذه النسبة ان هذه البرامج العمالية تعنى بحاجات العمال واهتماماتهم ، لكن هذه الفائدة تتحدد فى نطاق الاستماع اليها ، الا أن نسبة الذين ذكروا أن البرامج العمالية لاتفيدهم ترتفع بين عمال الحديد والصلب بحلولان وتصل الى ١٠,٩١٪ من بين أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يستمعون الى هذه البرامج ، وتزداد نسبة المستفيدين بارتفاع المستوى التعليمى للعمال ، وهناك فرق جوهري بين المتعلمين والأميين من حيث الاستفادة من البرامج العمالية ، أما عن مظاهر الاستفادة من البرامج العمالية للراديو فكانت على الوجه التالى :

قرر ٢١,٦٪ من المستمعين للبرامج العمالية أن البرامج العمالية تطلع العمال على النهضة الصناعية بالبلاد ، وذكر ١٤,٢٪ أنها تحفزهم على مزيد من الانتاج ، وربما يرجع ذلك الى تركيز البرامج العمالية على الخبرات العمالية والحث على زيادة الانتاج فى هذه الفترة التي تمر بها

الامة ، باعتبارها قضية قومية بالدرجة الاولى ، وأشار
١٢٣٢٪ من مجموع العمال المستمعين للبرامج العمالية
أنها توضح لهم حقوقهم وواجباتهم ، وقرر ١١١٥٪ منهم
أنها توضح لهم كيف يتعاملون مع زملائهم ، ويتكيفون
مع رؤسائهم ، وقال ١٠٤٨٪ أن هذه البرامج ترد على
أسئلة العمال وتعالج مشكلاتهم ، وتشير إجابات المبحوثين
الى أن البرامج العمالية تغطي عدة جوانب هامة يتصل
أكثرها بالثقافة العمالية ، ويستفيد منها العمال المستمعين
اليها .

البرامج العمالية وعادات المستمعين :

وتشير الدراسة أن أول أهداف البرامج العمالية النهوض
بمستوى العمال ، ويستدعي ذلك التحرك عمليا في الاتجاهات المؤدية
الى هذا النهوض ، والعادات هي سلوكيات تلقائية متكررة تكتسب
ثباتها من خلال عملية التكرار ، الا أنه يمكن تعديلها بالابديل ،
أى ابدال عادة غير مرغوبة بأخرى مرغوبة ، وتشير نتائج الدراسة
أن ٦٣٥٪ من المستمعين للبرامج العمالية قد غيروا فعلا بعض
عاداتهم مقابل ٣٦٤٪ لم يفعلوا (٢٥) ، وتشير الى أن البرامج
العمالية تتمتع بقدرتها الفائقة على تقديم المعلومات ، التي تعاون
فى مجالى التعليم واتخاذ القرار ، ونعلم أن الراديو يتميز بقدرته
على نشر المعلومات بسرعة تفوق كل تصور ، فى الوقت الذى تتميز
فيه قنوات الاتصال الشخصى بتوفير التفاعل والتغذية المرتدة وبما
يزيد من فاعليتها عندما يكون الاقناع هو الهدف ، وتشير نتائج
بحوث الاتصال الى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تقوم بدور هام
فى تغيير المعارف Cognitions ، والدراية بالأفكار الجديدة
بينما يلعب الاتصال الشخصى Personal Comm دورا فائقا فى
مجال تغيير المواقف والاتجاهات ، وهذا ما أكدته كثير من
الدراسات ، ومن بينها دراسة ايفريت روجرز E.Rogers حول
عمال الزراعة والتحضر (٢٦) ، .

وتشير دراسات نيوراث Neurath الميدانية في الهند أن القرى التي نظمت فيها الندوات الإذاعية Radio Farm Forums قد حققت أعلى درجات من الوعي والمعرفة بالابتكارات الجديدة أعلى بكثير مما حققته القرى الضابطة خاصة ولم تؤد الندوات فقط إلى حصول عمال الزراعة المشتركين فيها على حصيلة كبيرة من المعلومات فحسب ، وإنما أدت إلى تغيير ملحوظ في سلوكياتهم ، وقرر المراقبون أن نظام المناقشات الذي نظمته راديو الهند فيما يعرف بالندوات الإذاعية في القرى الهندية أدى إلى نتائج طيبة للغاية خاصة ويؤدي هذا التكامل في الأدوار حيث تم الجمع بين الاتصال الجماهيري المتمثل في دور الراديو ، والمناقشات الجماعية في الندوات الزراعية الإذاعية وبالتالي لم يحصل عمال الزراعة على المعلومات فقط بل أدى ذلك إلى الالتقاء مع رأي الجماعة ، واتخاذ القرار على بصيرة ، ومن ثم حدث تغير ملحوظ في سلوك عمال الزراعة المشاركين في الندوات مما أدى إلى استخدام هذا الأسلوب في دول كثيرة كالإباني وكندا وباكستان ومالي ونيجريا وغانا وكوستاريكا والبرازيل وتوجو ومالاوي والنيجير (٢٧) ، وهو ما لجأت إليه دول نامية كثيرة في تدريب ورفع مستوى بعض العاملين (٢٨) .

الآن ذلك يتطلب العديد من الشروط على الوجه التالي :

- أولاً : علاقة مضمون البرامج العمالية بمشاكل العمال وملاءمته لمستواهم ، وارتباطه باهتماماتهم .
- ثانياً : أهمية المناقشات التي تلبي البرنامج ، وتؤكد على التطبيق المحلي للأفكار المطروحة فيه .
- ثالثاً : رد فعل Feedback جماهير العمال للقائمين بالاتصال حول مضمون البرنامج .
- رابعاً : أهمية إشراك قادة الحركة النقابية ، وقادة الرأي الطبيعيين من جماهير العمال ، وخاصة الذين تقدرهم جماهير العمال في الندوات ،

لضمان انتشار وصول المعلومات الى جماهير
العمال غير الأعضاء في هذه النقابات ، ولقد
أشار ولبرشرام الى أهمية الراديو في توصيل
المعلومات ورفع مستوى العاملين في المجالات
الخدمية المختلفة ، وعلى نطاق واسع .

أهمية اشتراك العمال في برامجهم :

ومن جهة أخرى تشير الدراسات السابقة الى أن اشتراك
العمال في البرامج الإذاعية يعتبر من حوافز الاستماع اليه ومتابعته
ولعل ذلك أحد الأسباب لنجاح البرامج التي يفضلها المستمعون
منهم ، ولقد ذكر ٢٤٢٪ من عينة إحدى الدراسات السابقة أنهم
اشتركوا في بعض البرامج العمالية ، ولعل انخفاض معدل الاشتراك
يفسر بعض أسباب انخفاض معدل الاستماع الى كثير من البرامج
العمالية ، حيث أشارت إحدى الدراسات الميدانية أن ١٨٪ فقط
من العمال النقابيين يتابعون البرامج العمالية ، و ٨٢٪ منهم
لا يتابعونها . ويلاحظ أن مشاركة العمال في البرنامج من أهم
الأسباب التي تحفز العاملين على متابعة برنامج (صناع بلدنا)
على سبيل المثال .

أنسب الأساليب لتقديم البرامج العمالية في الراديو :

استهدفت إحدى الدراسات السابقة التعرف على أنسب
الأساليب لتقديم البرامج العمالية في الراديو من وجهة نظر العامل
وعلى ضوء ميولهم واهتماماتهم التي يريدونها في شكل ومضمون البرامج
العمالية ، وجاءت آراء العمال (فيما يتصل بشكل البرامج العمالية
في الإذاعة) على النحو التالي (٢٩) .

أولا : التمثيليات الإذاعية :

قرر ٢٢٢٩٪ من اجمالي الآراء المعطاه رغبتهم فى الاسلوب التمثيلى (تمثيليات) ، سواء فى شكل مسلسلات أو سلاسل إذاعية ، وتؤكد كثير من الدراسات الميدانية أن المواد الدرامية تحتل ترتيبا متقدما بالنسبة لأفضليات المستمعين من البرامج الإذاعية (٣٠) ، ونشير الى أن أى صيغة درامية تخطى باهتمام المستمعين فى برامج الإذاعة وطالب بعضهم بزيادة هذه المواد الدرامية فى البرامج العمالية لحل مشاكل العمال بطريقة غير مباشرة .

ثانيا : المحاورات الإذاعية :

سواء كانت فى شكل محاوره بين العامل والمستمع وجاءت فى المرتبة الثانية لأفضليات العمال حيث قرر ٢٢٨٪ من مجموعة الآراء ذلك ، وربما كان اشتراك العامل نفسه من أسباب التفضيل حيث يتيسر له التعبير عن نفسه كما يكون فى بؤره اهتمام الآخرين ، خاصة وتشغى البرامج العمالية مكانة على العامل الذى يشترك فى البرنامج وتشعه فى دائره الضوء بالنسبة للآخرين ، وقد يشبع له ذلك حاجة نفسية .

ثالثا : السؤال والجواب :

أحرز هذا الشكل من تقديم البرامج العمالية الترتيب الثالث ، حيث قرر ١٧٨٪ من العمال أهميته ، وطبيعى فهو أكثر حيوية من الحديث المباشر ، أو ما يعرف بحديث الشخصية الواحدة ، فمن خلاله يجد العامل حلا مباشرا لموقف أو مشكله قد تصادفه فى حياته العملية ، ومن الجانب النفسى

يعتبر هذا الأسلوب أكثر اشباعاً للنزعة الفطرية لدى
العامل ، وباعتباره انسان في المقام الاول ، لديه الرغبة
في حب الاستطلاع .

وجاء الحديث المباشر ثم الأغاني في مراكز متأخرة بالنسبة
لأفضليات جماهير العمال ، ونسبة بلغت (٧٧٪ ، ٤١٪)
لاجمالي الاراء في هذا السجل ، ونعود لنؤكد أن المضمون
التثقيفي الذي يقدم للعامل يحقق أعلى معدلات الاستماع
الى البرامج العمالية ، الا قدم في شكل تمثيلي (مسلسل
سلسلة - تمثيلية) يليه المحاورات بين العامل ومقدم
البرنامج ثم سؤال وجواب .

هذا فيما يتصل بشكل البرنامج أما الموضوعات التي يرغب العمال
أن تتضمنها البرامج الموجهة اليهم ، فكانت على النحو التالي :

١ - قرر ١٥٢٪ أهمية الفقرات التي تتضمن توعية العامل
بالموضوعات المهنية لتحسين الاداء ، وتعميق المهارات ،
وزيادة الانتاج .

٢ - طالب ١٢٧٩٪ من اجمالي الاراء بأهمية أن تتضمن البرامج
العمالية حلاً للمشاكل العمالية الاجتماعية ، كالايجور والترقيات
والاجازات والرعاية الاجتماعية والنقل والمواصلات .. الخ .

٣ - كما طالب ٦٢٤٪ بالانتماء بتشجيع العمال في المجال الصناعي
والتركيز على الاختراعات الجديدة والاساليب الحديثة
التي تؤدي الى زيادة الانتاج .

٤ - وأشار ٦١٢ من اجمالي الاراء بأهمية تعريف العمال
بحقوقهم وواجباتهم في مجال العمل .

ه - وذكر هره % بضرورة أن تتناول فقرات البرامج العمالية بعض الموضوعات والقضايا الانسانية ، كعامله الرؤساء للمرؤوسين ، والتكيف مع الزملاء والقيادة السليمة .

أما باقى الالتمامات فجاءت ضمن رغبات نسب متفاوتة حيث أشار ٤٧% بأن تتضمن البرامج العمالية جوانب قانونية كالتشريعات العمالية ولوائح وقوانين الانتاج ، وذكر ٢٥% منهم بأهمية محو أمية العمال وتثقيفهم وتوعيتهم سياسيا ، بينما قرر ٢٠.٨% بأهمية تضمين البرامج العمالية موضوعات عن الأمن الصناعى ، والوقاية من اصابات العمل وأمراض المهنة .

تنمية مهارات العمال وإطلاعهم على أحدث الاتجاهات فى تخصصاتهم :

وفى نفس الوقت أيد ٩٨.٧% من المبحوثين أهمية تقديم برامج عمالية لزيادة وتنمية مهاراتهم فى حرفهم أو مهنتهم ، وإطلاعهم على الاتجاهات الحديثة فى تخصصاتهم ، مع مراعاة امكانات الراديو كوسيلة تخاطب الأذن وتعتمد على الاستماع فقط ، مع مراعاة أن تقدم البرامج العمالية فى أوقات مختلفة ، لتناسب رغبات جماهير العمال على اختلافهم .

ب - البرامج العمالية فى التلفزيون :

تقدم البرامج العمالية التلفزيونية لجماهير العمال الأفكار والمعارف والمعلومات والخبرات ، فى مشاهد متكاملة ، تعتمد على الصورة الحية المعبرة ، المقترنة بصوتها الطبيعى الدال على عمق معناها ، والمفسر لمغزاها مما يجعلها قريبة من مدارك العامل كإنسان ، نظرا لاستخدام أكثر من حاسة فى تلقيها ، كما تقدم المشاهد بلونها الطبيعى ، الذى يشفى عليها مزيدا من الواقعية

ويزيد من وضوحها ، وبالتالي فاعلية استيعابها واستيعابها
وتتفوق البرامج العمالية على كل أنماط الاعلام العالي
ووسائله المطبوعة أو السموعة ، لأنها تجمع كل امكاناتها
ومميزاتا ، وعن طريقها يمكن تقديم المعارف والمعلومات
والأفكار التي يتعسر نقلها لجمهور العمال عن طريق

الكلمة المكتوبة ، والتي قد تقف الأمية حائلا لفهمها واستيعابها
أو المنظورة ، أوحى الصورة 131 استعمل كل منها على حده
ولهذا يقترب الاعلام العالي عن طريق التليفزيون من الاتصال
الشخصي الذي يتميز بفاعليته في التأثير على المواقف والاتجاهات
وقد يتفوق على الاتصال الشخصي لما يمتاز به من قدرة تكبير
الاشياء المتناهية الصغر ، وتقديم أدق التفاصيل عن طريق استخدام
لقطاته القريبة ، وقدرته الفائقة على تحريك الاشياء القابلة
وسرعته التي يلف بها العالم والتي تفوق كل تصور .

وتعتبر الصورة الحية في البرامج العمالية من أحسن الاساليب اقناعا
لأنها تخاطب البصر عمدة الحواس ، وأكثرها استخداما في اكتساب
واستيعاب الأفكار والمعلومات ، ونعلم أن الرؤية أ من الاقناع
على حد تعبير المثل الانجليزي المشهور 'Seeing is believing'
والصورة أقدر على التعبير من آلاف الكلمات فما تراه العين خير
مما تسمعه الأذن ، والتي يمكن أن تنسى بينما يظل ما تراه ماثلا
في أذهاننا لفترة طويلة .

ويقدم التليفزيون البرامج العمالية ضمن العديد من برامج خدماته
العامة والمتخصصه لقرضى رغبات واهتمامات المشاهد الذي يستهدف
فهم ما يحيط به من قواهر وأحداث ، وتعلم مهارات جديدة ، وكذا
الاستمتاع والاسترخاء والهرب من مشاكل الحياة اليومية ، ثم
الحصول على معلومات جديدة تساعده في اتخاذ القرار ، والتصرف
بشكل مقبول اجتماعيا (٢١) ، وفي الوقت نفسه يسعى التليفزيون
لتحقيق اهتمامات الافراد ورغباتهم ، وبالتالي يعمل على تزويدهم
بالانباء والمعلومات وتعليمهم وثقيفهم والترفيه عنهم .

موقف النقابيين من البرامج العمالية :

تستهدف هذه الدراسة التعرف على موقف العمال النقابيين من البرامج العمالية ، التي يقدمها التليفزيون على المستوى القومي خاصة وأن البحوث والدراسات التليفزيونية التي تتناول موقف العامل المصري من البرامج التي تخاطبه في المقام الأول تكاد تكون منعدمة، لهذا أجريت هذه الدراسة بهدف استطلاع رأى عيننة من العمال النقابيين تمثل أكثر من ١٨ نقابة عامة في برامج التليفزيون الموجهة للعمال بصفة خاصة ، وبهدف التوصل الى حقائق أخرى منها :

مدى متابعة العمال للبرامج العمالية ، ومدى استفادتهم منها ومجالات أو مظاهر هذه الاستفادة ، ورأيهم في الأسلوب الذي تقدم به البرامج العمالية ، وأنسب الأشكال وأكثرها اجتذاباً لاهتماماتهم ، واللغة التي يفضلها العامل في تقديم البرامج العمالية ومادى نجاح البرامج العمالية في تقديم المعلومات التي تهتم ؟ وما رايه في شكل ومضمون هذه البرامج ؟ ، والحاجات التي يريد التعرف عليها من خلال البرامج العمالية ، وأنسب الأوقات والأيام التي يمكن للتليفزيون أن يقدمها لهم ، ومقترحاته لتطوير البرامج العمالية ، ثم بعد ذلك التعرف على مجموعة من الحقائق الهامة للدراسة كالتعرف على حجم ومعدل ومكان مشاهدة العامل لبرامج التليفزيون ، والبرامج التي يفضلها ، وأنسب الأوقات التي يشاهد فيها برامج التليفزيون ، ومصادر ثقافته ومعلوماته عما يجري في العالم ... الخ ذلك من تساؤلات ومعلومات تغيد الهدف من الدراسة وتحققه .

المجال البشري والجغرافي لهذه الدراسة وتوقيتها :

أجريت هذه الدراسة في الجامعة العمالية ، على عينت من العمال (١٠٠ عامل) يمثلون أكثر من ١٨ نقابة عمالية عامة ، و استغرق اجراؤها ثلاثة شهور منذ البدء في تصميم صحيفة البحث في يناير ١٩٩٠

منهج الدراسة ونوعيتها :

تتنمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، وتستخدم منهج المسح الاعلامي لعينة عشوائية منتظمة من العمال الدارسين بمختلف الشعب بالجامعة العمالية ، بحيث يكمن عنصر العشوائية فى اختيار العامل ، على أن تمثل كل نقابة بعدد من العمال يتناسب مع حجم عمالها داخل الجامعة .

اسلوب وأداة جمع بيانات الدراسة :

جمعت بيانات هذه الدراسة من خلال صحيفة استطـلاع رأى العمال النقابيين الدارسين بالجامعة العمالية وقد تضمنت ٢٤ سؤالاً تدور حول موقف النقابيين من البرامج العمالية بالتلفزيون بشكل عام ، وغير ذلك من أسئلة تهدف فى النهاية الى تكوين صورة متكاملة عن العمال وأرائهم واهتماماتهم وأفضلياتهم ومقترحاتهم التى يمكن أن تفيد القائمين على برامج العمال ، فى تخطيط قائم على أساس علمى سليم ، وقد جمعت بياناتها باستخدام المقابلة باعتبارها أنسب الطرق لمثل هذه الدراسة الوصفية ، والتى تتعدد فيها الاسئلة ، وتحتاج الى لقاء مع كل حالة ، مما يوفر مناخاً اجتماعياً يشجع على استجابة المبحوثين ، ويتيح لنا تفسير ما قد يحمض فهمه عليهم من أسئلة وسنتناول نتائج الدراسة الميدانية والتى تشكل موقف ورأى مائه عامل يمثلون أكثر من ١٨ نقابة عمالية يدرسون بالجامعة العمالية على الوجه التالى :

حجم مشاهدة البرامج العمالية فى التلفزيون :

فى مستهل هذه الدراسة وقبل التعرف على حجم مشاهدة البرامج العمالية فى التلفزيون كان من المنطق أن نسأل المبحوثين عما إذا كانوا يشاهدون التلفزيون بصفة عامة ، وقد أسفرت نتائج الدراسة الى أن جميع مفردات العينة تشاهد التلفزيون ونسبة بلغت ١٠٠ ٪ ، وتعتبر هذه النسبة مرتفعة جداً لنتائج

الدراسات السابقة فى الوقت الذى تقل فيه نسبة تملكهم لأجهزة التلفزيون والتي بلغت ٩٩ ٪ ، وبسؤال أفراد العينة عما إذا كانوا يتابعون البرامج العمالية فى التلفزيون كانت النتيجة أن ٥٠ ٪ من الباحثين يتابعون البرامج العمالية فى التلفزيون بينما لا يتابعها ٥٠ ٪ منهم ، فى الوقت الذى جاءت فيه البرامج العمالية فى مركز متأخر (المركز السادس) بالنسبة لأفضليات العمال من البرامج التلفزيونية ، وبنسبة بلغت ٤٠ ٪ من إجمالى آراء العينة فى الوقت الذى احتلت فيه البرامج الدينية المركز الأول فى الترتيب بالنسبة لأفضليات الباحثين من العمال وبنسبة بلغت ٨٠ ٪ من مجموع آرائهم ، ولعل تقدم البرامج الدينية فى الصدارة بين نوعيات البرامج الأخرى راجع إلى ما يتسم به العامل المصرى من تقديره لدينه ، واهتمامه بالروحانيات والأمور الدينية ، مما يجعلها فى مقدمة تفضيلاته البرمجية .

ثم تأتى بعد ذلك الدراما (المسلسلات والتلفيليات والسلاسل التلفزيونية) ، والبرامج الرياضية ومباريات كرة القدم ، والنشرات الاخبارية ، فى الترتيب التالى ، وبما يعكس اهتمام الباحثين من العمال النقابيين ، والتي بلغت نسبة تفضيلها لكل منها ٧٥ ٪ من مجموع آراء الباحثين ، ثم احتلت الافلام العربية المرتبة الثالثة ، وبنسبة بلغت ٦٠ ٪ ، فالسرحيات ٥٠ ٪ منهم ثم البرامج الثقافية ٤٥ ٪ منهم فالبرامج العمالية والحلقات الأجنبية بنسبة ٤٠ ٪ لكل منها ثم البرامج الصحية بنسبة ٣٥ ٪ ، ثم المنوعات والأغاني بنسبة ٢٥ ٪ لكل منها ، ثم البرامج الريفية بنسبة ١٠ ٪ فالسياحية ٥ ٪ .

مدى الاستفادة من البرامج العمالية فى التلفزيون :

وبسؤال الباحثين عما إذا كانت البرامج العمالية تفيدهم قرر ٤٨ ٪ منهم أنها تفيدهم ، بينما أجاب الآخرون ونسبتهم ٥٢ ٪ منهم بأنها لا تفيدهم ، وعن مظاهر أو مجالات الاستفادة قرر ٥٠ ٪ من الذين تفيدهم البرامج العمالية أنها تزيد معلوماتهم ومعارفهم

بينما ذكر ٤٠٪ منهم أنها تحببهم في المنتج المصري ، وأشار ٢٠٪ منهم أنها تساعدهم على اكتساب الاتجاهات النفسية والخلقية الصالحة بينما قرر ٢٥٪ من اجمالي آراء النقادين أنها تساعدهم في تحسين مستوى الاداء ، وبالتالي تنعكس في زيادة الانتاج ، وانها تعرفهم بأشياء جديدة لم يكن يعرفونها من قبل ، كما توفر لهم تجارب وخبرات ، وفي النهاية قرر ٢٠٪ منهم أنها تعرفهم بمهارات عملية في مجالات العمل المختلفة .

الرأى حول الطريقة والاسلوب الذى تقدم بها البرامج العمالية :

قرر ٦٠٪ من عينة الدراسة أن الطريقة التى تقدم بها البرامج العمالية لاتعجبهم ، بينما ذكر ٤٠٪ منهم بأنها تعجبهم ومن جهة أخرى قرر ٥٠٪ من مجموع مفردات العينة بأن الاسلوب الذى تقدم به البرامج العمالية يساعدهم على تحصيل المعلومة الى حد ما دون عناء وقرر ٢٠٪ منهم أنه يساعدهم على تحصيل المعلومة دون عناء بينما نفى ذلك ٢٠٪ من حجم العينة .
وحول الاساليب الأكثر تأثيرا قرر ٧٠٪ من عينة المبحوثين أن الصور الحية المنقولة من مواقع الانتاج أو الخدمات فى البرامج العمالية أكثر جاذبية ، يليها الارتباط بالبيئة والمجتمع المحلى بنسبة ٣٠٪ ، ثم المنوعات بنسبة ١٨٪ وهى كثيرة وتشمل كل منها على أكثر من فقرة فى وقت واحد كانت تحتوى على فقرات استعراضية مع مسابقة مع أغنية ٠٠٠٠ الخ ، وتطلق كلمة منوعات على البرامج التى تستهدف التسلية والاضحاك ، ونجاح مثل هذا النوع من البرامج تعتمد على ماتحققه من أثار تحدثها فى نفسية المشاهد ، ومدى ماتحققه من تسلية واضحاك (٢٢) .

وحول اللغة التى يفضل العمال تقديم البرامج العمالية بها قرر ٩٩٪ منهم بأن تقدم بلغة المناقشات اليومية والمحاورات المتحررة من قواعد الاعراب ، والتى تعرف بلغة الاعلام بينما لم يفضل أن تقدم باللغة العربية الفصحى سوى ١٪ ، أما عن مقدم البرنامج العمالى (رجل أوسيدة) ، أجاب ٥٥٪ من المبحوثين بأنهم

يستويان بنسبة ٥٥٪ لديهم ، وذكر ٤٤٪ منهم بأنهم يفضلون
المليح ، وأشار ١٪ فقط الى أهمية أن تقدمها سيدة .

وبسؤال المبحوثين عما إذا كانت البرامج العمالية قد نجحت
في تقديم مادة بسيطة تهمهم ، أجاب ٧٠٪ منهم بأنها نجحت
الى حد ما ، بينما أشار ٣٪ بأنها لم تحقق أى نجاح .

الوقت المناسب لتقديم البرنامج :

حول أنسب الأوقات لتقديم البرامج العمالية للعمال ذكر
٧٠٪ من اجمالي أفراد عينة البحث بأن الفترة المسائية هي
المناسبة ، وأشار ٢٥٪ بينهم الى فترة السهرة تكون مناسبة أكثر
بينما ذكر ٥٪ منهم أن فترة الظهيرة تناسبهم .

ومن جهة أخرى وبسؤال المبحوثين عما إذا كانت هناك
حاجات يريدون أن يعرفوا عنها معلومات أكثر من البرامج
العمالية ، قرر أكثر من ثلثي العينة ٧٥٪ بالاجاب بينما اجاب ٢٥٪
منهم بلا .

وأشاروا الى أن هذه الحاجات ، هي كل ما يخص العمال من قوانين
ولوائح وتعليمات في مجال العمل ، ومعلومات أكثر عن التنظيمات
النقابية ودورها في تحسين ظروف العمل ، والنزول الى مواقع
العمل لتلمس مشاكل العمال على الطبيعة ، وابرار قيمة العمل
اليدوى ، ودور عمال القطاع العام في تنمية المجتمع ، ومعلومات
أكثر عن الحركة النقابية العمالية ، على المستوى العربى
والافريقى والعالمى ثم معلومات أكثر عن الامن الصناعى ، وعرض
المشاكل العمالية الفردية والجماعية على المسؤولين ، وتلقى الحلول
بخصوصها .

وبخصوص أنسب الايام والفترات التى يقدم فيها التلفزيون هذه
المعلومات أشار ٧٥٪ بأن يوم الجمعة هو أنسب الايام لتقديم
هذه المعلومات ، وذكر ٩٠٪ منهم بأن يكون ذلك فى الفترة

المسائية ، بينما أشار ٢٠٪ منهم أن اليوم الذي يناسبهم هو الخميس ، وذكر ٢٪ يوم الأحد و٢٪ يوم الثلاثاء ، وعن الاوقات التي يحبون أن تقدم فيها قرر ٩٠٪ الفترة المسائية و٥٪ قبل نشرة الأخبار الثالثة ، وذكر ٢٪ أن الفترة التي تناسبهم الساعة ٨ بينما أشار ٢٪ إلى فترة الظهيرة وحتى الساعة الثالثة .

العوامل التي يتوقف عليها نجاح البرنامج :

وحول العوامل التي يتوقف عليها نجاح البرامج العمالية قرر الباحثين من العمال النقابيين مايلي :-

- ١ - مضمون البرنامج بنسبة بلغت ٧٠٪
- ٢ - اللقاءات التي يقدمها البرنامج ٦٥٪
- ٣ - الفقرات المصورة من مواقع الانتاج أو الخدمات ٥٠٪
- ٤ - مقدم البرنامج ٣٠٪
- ٥ - أساليب التشويق ٢٠٪
- ٦ - استخدام وسائل الايضاح المتنوعة ٢٠٪

من جهة أخرى حاولنا التعرف على مصادر معرفة النقابيين عما يحدث في الدنيا من حولهم ، وجاءت على الشكل التالي :

٩٨٪	قرروا أنهم يعرفون ما يحدث في الدنيا من حولهم من التلفزيون .
٦٠٪	من الصحف والمجلات .
٥٥٪	الإذاعات .
٣٥٪	الناس .
٢٥٪	زملائهم قادة الحركة النقابية .
٢٥٪	الجامعة العمالية .
١٠٪	الكتب .
٥٪	المسرح والسينما .

وفى دراسة حديثة أخرى حول مصادر الحركة النقابية عما يحدث
فى الدنيا :

قرر	٩٧,٨٢٪	الصحف .
...	٨٤,٧٨٪	التليفزيون .
...	٥٤,٣٤٪	الصحافة .
...	٢٣,٩	الناس .

وحول مقترحاتهم لتطوير البرامج العمالية شكلا ومضمونا ، أشاروا الى
مايلى :

- ١ - أن يتم تقديم البرامج العمالية على القناتين الاولى والثانية بشكل ثابت .
- ٢ - أن تكون المناقشات والمحاورات حرة ودون مجاملة لشخص أو حزب .
- ٣ - أن تكون المناقشات فى صميم مشاكل العمال والعمل الرامنة .
- ٤ - أن تمس المناقشات قضايا الاقتصاد المصرى وموقف الطبقة العاملة فيها .
- ٥ - التركيز على توضيح دور القطاع العام فى التنمية ومناقشة مشاكله أو معوقاته بصراحة تامة .
- ٦ - تناول كل القوانين والتشريعات التى تمس العمال بالشرح والتحليل والتفسير .
- ٧ - استضافة المسؤولين عن القطاع العام والصناعة ومناقشتهم فى مشاكلهم ومشاكل الانتاج والادارة والعمال .

وأن يتم الاهتمام بالندوات والمقابلات العمالية والمحاورات والأحاديث والتحقيقات الصحفية العمالية التى تبحث عن السبب دائما فى قضايا العمل والعمال



ثالثاً : الوسائل المحلية الصغيرة

أظهرت البحوث والدراسات الميدانية التي أجريت في مناطق متنوعة أهمية الوسائل المحلية الصغيرة مقروءة أو مسموعة أو مسموعة مرئية في تحقيق تفاعل ومشاركة جماهير العمال فيها ، وبالتالي تحقيق ديمقراطية الاتصال فيما بينهم ، وتعتبر قنوات اتصال أفقية ملائمة لاحتياجاتهم واهتماماتهم ، ونعلم أن البناء الحالي لوسائل الاعلام لايفي باحتياجات واهتمامات جماهير العمال بصفة عامة ، وعمال الزراعة بصفة خاصة .

وتشير الدراسات التطبيقية الى الاسباب التي تجعلنا نؤكد على أهمية الوسائل الصغيرة وعدم الاعتماد كثيراً على وسائل الاعلام القومية ، ومنها قلة تعرض جماهير العمال لوسائل الاعلام عامة ، وكذا انتشار الأمية بين عمال الزراعة بصفة خاصة والعمال بصفة عامة ، ثم ابتعاد المضمون الاعلامي في الوسائل الاعلامية المتاحة عن اهتمامات العمال بصفة عامة وعمال الزراعة بصفة خاصة .
ولهذا نؤكد دور الوسائل الصغيرة لتحقيق مهام الاتصال الاقناعي .

الوسائل الصغيرة :

ونعني في هذا المجال بالوسائل المحلية الصغيرة ، كالصحف والمجلات التي تصدرها اللجان النقابية أو النقابات أو التجمعات العمالية أو مواقع الانتاج والخدمات ومنها المطبوعات كصحف الحائط والملصقات والمنشورات الدورية وغير الدورية والاذاعات الداخلية أو المحلية في المؤسسات أو المشروعات الصناعية أو الانتاجية أو الخدمية ، والأفلام السينمائية قليلة

التكاليف ، وأجهزة الفيديو (للتسجيل والعرض) ، وهذه الوسائل لها أهميتها فى تفاعل جماهير العمال ، وخاصة أنها تريد من مشاركتهم فى عملية الاتصال ، كما أنها تفسى باحتياجاتهم ، وتحقق امتماتهم ، حيث توفر قنوات اتصال أفقية تلائم بشكل واضح احتياجات جماهير العمال فى مواقع عملهم وأماكن تجمعاتهم ، كما أنها أصبحت متوافرة فى كثير من مواقع الانتاج والخدمات وفى أماكن التجمعات العمالية كمقار تنظيمااتهم النقابية أو النوادي الخاصة بهم ٠٠٠٠٠٠ الخ وأصبح من السهل استخدامها وتشغيلها من جانب غير المتخصصين وبدون جهد ، وتتيح لهم المشاركة فى أوجه النشاط المحلية اليومية ، كما أنها تعمل على توفير مايعرف بـرجع الصدى Feedback ، والتفاعل المطلوب أو المستهدف من أجل التنمية ، والذي قد لا يوفره الاتصال الجماهيري خاصة فى المناطق الصناعية أو القروية ، ومن جهة أخرى تشيى الدراسات الحديثة الى جوانب الضعف فى البناء الحالى لوسائل الاعلام فى الدول النامية ومن بينها الدول العربية ، حيث نجد أن اعلام الدول العربية اعلام رأسى ينقصه المشاركة والتفاعل كما ينقصه بشكل واضح رجع الصدى (٢٢) ، وهذا بالإضافة الى عدم كفاية قنوات الاتصال بشكل عام ، وعدم التنسيق والتكامل بين الاعلام ومختلف المؤسسات والهيئات التى تعنى بالتنمية ، مما يؤدى الى تبديد الجهد والاسراف فى الانفاق والصراع بين هذه الجهات ، مما يشكل عائقا خطيرا فى سبيل التنمية الشاملة ، هذا بالإضافة الى عدم وجود سياسات عامة متفق عليها فى هذا المجال تعمل بمقتضاها هذه المؤسسات والهيئات ، ناهيك عن المشكلات التى تعاني منها هذه المجتمعات المحلية ، وهى عديدة ، ومنها المشكلات الثقافية كانتشار الامية وارتفاع معدلاتها خاصة بين عمال الزراعة ، وانخفاض المستوى التعليمى ، ونعلم ان هناك علاقة قوية بين التعليم والتعرض لوسائل الاعلام ، وقلة وجود الأجهزة والوسائل التى تقوم بنشر الوعي الثقافى أو انعدام وجود بعضها كالتسنىما والمسرح ٠٠٠ الخ ،

وكذلك المشكلات الاقتصادية والتي تتمثل أساسا في الفقر وانخفاض دخل الفرد بشكل عام ، وثناقص الانتاج وتخلفه واعتماده على الاساليب التقليدية ... الخ، هذا بالإضافة الى العديد من المشكلات الاجتماعية ومنها المشكلة السكانية وانتشار بعض العادات والاتجاهات والسمات البالية والسلبية ، والتي تلحق عقبة في سبيل التنمية والتطور .

ومن جهة أخرى عدم الاهتمام بالتدريب الاعلامي للقائمين بالاتصال المشتركين في المشروعات العمالية خاصة وتوقف العلاقة بين برنامج الاتصال وهذه المشروعات الى حد كبير على درجة انتماء القائمين بالاتصال اليها .

فمن الضروري للقائم بالاتصال في هذا المجال من التعرف على المجتمع الذي يخدمه ، وربما المشاركة في أوجه نشاطه ، ولهذا يجب اعطاء الأولوية ليس فقط لتدريب القائمين بالاتصال في هذه المشروعات التنموية على كل المستويات ، وإنما يجب تدريبهم اعلاميا ، ونعني بذلك تدريبهم على أساليب تقديم المعلومات ومهارات الاتصال التي تحقق أهدافهم بشكل واضح هذا بالإضافة الى الاهتمام بوسائل وأساليب التقييم والمتابعة .

نماذج من الوسائل الصغيرة :

وهناك العديد من الوسائل الصغيرة التي يمكن الإشارة اليها وفيها :

- ١ - وسائل التسجيل الخفيفة : كسجلات الصوت أو مسجلات الصوت والصورة كأجهزة الفيديو كاسيت المتنوعة وصغيرة الحجم ، والتي تتماشى مع متطلبات العصر ، وتوجد منها عدة أنظمة من أشهرها وأكثرها شيوعا نظام V.H:S B etamax هذا بالإضافة الى بعض الأنظمة الأخرى ومنها S.Matic U. Matic V.Matic الخ ، وهناك أيضا

اسطوانات الفيديو ، والتي تختلف عن أجهزة الفيديو في أنها لا تقوم بعمليات التسجيل ، ولكنها عبارة عن وحدة لتشغيل الاسطوانات التي سبق تسجيل البرامج عليها Videodisc Player ، وهو أشبه بجهاز اذاعة الاسطوانات الصوتية أو ما يعرف بالحاكي ، وتصنع الاسطوانات من مادة البلاستيك القوية وهي رخيصة التكاليف ، ويتم تسجيل الصوت والصورة على وجهها ، ويحتوى كل وجه منها على برنامج تليفزيوني مدته نصف ساعة ، وتعاون هذه الأجهزة جماهير العمال في مختلف تجمعاتهم أو مواقعهم في التعرض للبرامج التي تحلو لهم ، وتخدم اهتماماتهم ، وتحقق احتياجاتهم ، وتفتح الطريق أمامهم من التحرر من عبودية البرامج الإذاعية أو التليفزيونية المركزية والبرمجة السلطوية ، ويمكن استخدام هذه الوسائل الخفيفة باتساع لاعلام جماهير العمال في مواقع عملها وأماكن تجمعاتها ، وهي أجهزة خفيفة الوزن ، ويسهل استخدامها لغير المهنيين بسهولة ، ويمكن التحكم في التعرض لموادها الاعلامية المسجلة ، وبما يؤكد أهمية دورها في مجالات التعليم ، وتطوير المهارات والممارسات (٢٤) وتعاون هذه الأجهزة الخفيفة العمال على اختلاف مهنتهم على التعبير عن أنفسهم بشكل فعال ، وخاصة أن هذه الوسائل تشجع الاتصال غير الرسمي ، وتقرب الى حد كبير مع الاتصال الشخصي هذا بالإضافة الى أهمية هذه الوسائل في العمل الاجتماعي والمشاركة المباشرة ، والنقاش ، وتبادل وجهات النظر ، واتخاذ القرار بدون تدخل حارس البوابة أو القائم بالاتصال الذي ينقل التجارب الفعلية أو الواقعية ، ومن جهة أخرى فان لهذه الوسائل تأثيرها في تجمعات العمال سواء بشكل رسمي أو غير رسمي لأنها تعكس الواقع والحياة بحلوها ومرها ، كما أن متابعة العمال لأنفسهم وردود أفعالهم وسلوكياتهم تجعلهم يعدلون أساليبهم حتى يمكن أن يتجنبوا فقد زملائهم ، وتعتبر هذه الوسائل الخفيفة من وسائل التعليم الهامة التي تتيح فرصا كبيرة لمشاركة الافكار والخبرات والتجارب ، متخطية كافة الحواجز والحدود



نماذج من الوسائل الصغيرة

وخاصة مشكلة الأمية التي تتفشى بشكل واضح بين جماهير العمال عامة وعمال الزراعة بصفة خاصة ، هذا بالإضافة الى ما نلاحظه اليوم من ظهور آلات صغيرة منها في الأسواق أكثر تطورا وأقل تكلفة ، كما تسمح في ذات الوقت باستخدام أساليب حديثة جديدة ومتطورة تسمح لمستخدميها تحقيق اهتماماتهم ورغباتهم في كافة المجالات .

هذا بالإضافة الى أن هذه الوسائل الصغيرة تشكل بلا شك تحديرا لجماهير العمال ، ليتعرضوا للبرامج التي يختارونها بأنفسهم ، وتحررهم من الضغوط الناجمة عن برمجة البث وتساعدهم في السيطرة على اللحظة التي يريدون فيها مشاهدة البرنامج أو الاستماع اليه .

٢ - أجهزة الكابل :

ومن أهم الاذاعات السلكية الداخلية في المؤسسات والمنشآت الانتاجية أو الخدمية ، أو التليفزيون السلكي ، الذي يمكن استخدامه على مستوى المنشآت الانتاجية أوفى أماكن التجمعات العمالية ، لمواجهة حالات القصور في التليفزيون المركزي ، الذي قد يقدم خدمة لا تشبع رغبات جماهير العمال ولا تحقق اهتماماتهم ، حيث تمكن هذه الكوابل من تقديم خدمات متخصصة لارضاء فئة من المستمعين أو المشاهدين ، ويمكن أن يقدم لهم خدمات متنوعة صحية وتربوية وتعليمية وتدريبية ، ويمكن استخدامها للربط بين جماهير العمال وقياداتهم ، أوفى مجالات الأمن الصناعي كالانذار ضد الحريق أو السرقات أو الأخطار فضلا عن خدمات البيع والشراء أو الاعلان عن الانتاج أو المخزون السلي أو الخدمات ، ويمكن استخدامها لايصال التقنيات لجماهير العمال وكذلك كل ما يتعلق بها من معلومات حديثة .

وطبيعي ترسل برامج أجهزة الكابل (اذاعة -
تليفزيون) بنظام الدائرة المغلقة وتنقل اشاراتها من مكان
الانتاج السعي أو السمبصري الى أجهزة الاستقبال الخاصة
بالعمال بواسطة كابلات محورية تصلها ببعضها مباشرة ،
(ويتكون الكابل المحوري من عدة أسلاك لكل مجموعة مهمة
محدودة وتنقل الاشارات في اتجاه محدد) .

٣ - الأفلام القليلة التكاليف :

تشير الدراسات الى أنه كلما صغر حجم الفيلم
كلما قلت التكاليف اللازمة لانتاجه ، ومن الأفلام قليلة
التكاليف ، أفلام ٨ مم ، ٨ سم سوبر و ٩ مم ، بينما يعتمد
الانتاج السينمائي المهنى على أفلام أكبر حجما ومنها فيلم
١٦ مم - ٢٥ مم .

والفيلم ٨ مم سوبر يشبه الفيلم ٨ مم فى الحجم ، حيث نجد
أن عرضها واحدا ، لكن الاختلاف فى حالة السوبر ، حيث نجد
أن حجم الثقب على حافة الفيلم صغيرة ، كما أن المساحة
بين اطارات أو كادرات الفيلم Frames ، صغيرة وهذا
يعطى مساحة أكبر للصورة بحوالى ٥٠٪ من مساحة الصورة فى
الفيلم العادى ، وغالبا ما نجد هذه الأفلام صامتة ، وظهرت أخيرا
أفلام ناطقة منها حيث يتم تسجيل الصوت عليها بعد تحميل
الفيلم وعمل المونتاج الخاص به ، وسرعة عرض الفيلم هى ١٨
اطارا فى الثانية ، والقليل منها سرعته ٢٤ اطارا فى الثانية
الواحدة .

ومن جهة أخرى فان الكاميرات ٨ مم رخيصة السعر
ومن السهل تشغيلها ، كما أن أجهزة عرض هذه الأفلام
الصغيرة خفيفة بحيث يسهل نقلها من مكان الى آخر ، ولاتمثل
صعوبة فى تشغيلها ، حيث يتم تركيب الفيلم فيها بطريقة
أتماتيكية ، وتعرض أفلاما صامتة وناطقة ، ويمكن التحكم

في سرعة عرض الفيلم ، واستخدامها يناسب تدريب وتعليم المجموعات الصغيرة وتتيح هذه الافلام قليلة التكاليف الفرصة لتقديم أخبار محلية على أجهزة العرض صغيرة الحجم وخفيف الوزن ، سهلة النقل والتشغيل في المناطق البعيدة ، كما يمكن أن تتناول مشكلات أو مفاهيم أو مهارات بسيطة غير متعددة الجوانب ، وتسهل التدريب على المهارات الحركية عن طريق استخدام التصوير أو العرض البطيء والحركة وتستفيد من ذلك العديد من المؤسسات الانتاجية أو الخدمية في عمليات التدريب وتوسيع مجالات الخبرة ، حيث يمكن أن تقدم خبرات جديدة ومتنوعة .

٤ - الشرائح والافلام الثابتة :

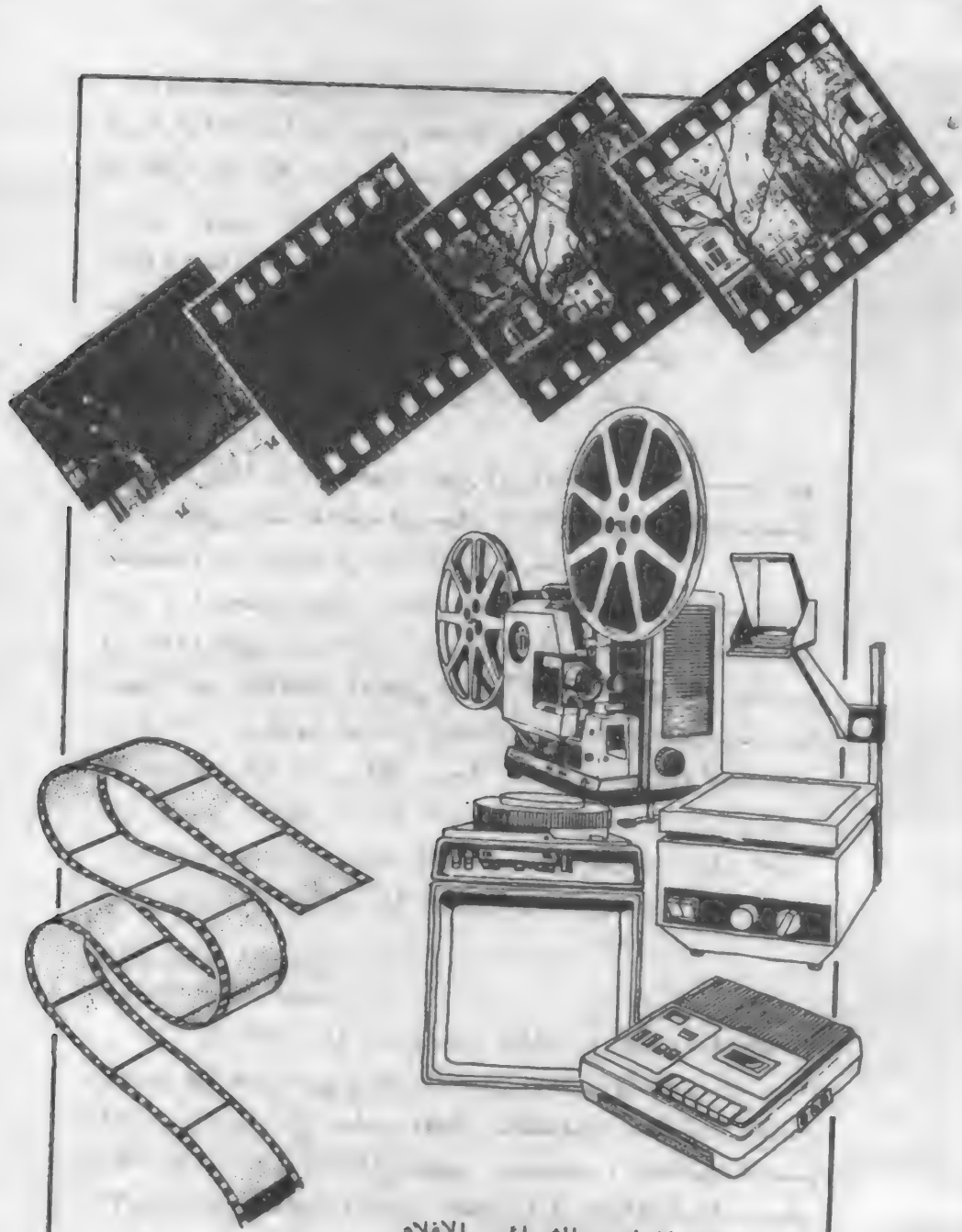
من جهة أخرى يمكن استخدام الشرائح الفيلمية في التعليم والتدريب على الأشكال البصرية المتعددة ، وانتاج الشرائح سهل وغير مكلف ، كما يسهل تشغيل أجهزة عرضها في مختلف مواقع الانتاج أو الخدمات ، والشريحة صورة شفافة أولقطة ساكنة من فيلم موجب Positive ، وهي مثبتة في إطار من الكارتون أو البلاستيك ، حيث يمكن عرضها على شاشة بمرور ضوء قوي من خلال صورتها الشفافة ، وتعالج كل شريحة مفهوما واحدا ، أو تقدم معلومة أو معنى واضح وتصلح في مقاييس مختلفة لكن أكثرها شيوعا ٥ X ٥ سم ، ولكل شريحة عنوان يشير الى موضوعها بايجاز ووضوح وتحفظ الشرائح داخل حوافظ من البلاستيك ، أو العلب المعدنية غير القابلة للصدأ ، أو العلب الكارتونية ، أو توضع في شريط أو ادراج ، ويفضل الخزانات صغيرة الحجم ، كالحوافظ البلاستيك ذات الجيوب الشفافة ، والتي تشبه الى حد كبير البوم حفظ الصور ، ليسهل استخدامها وتداولها ، ويتم فهرسة الشرائح وترتيبها وفقا لموضوعاتها ، أو طبقا للمادة التي تتضمنها وتستخدم في عرضها جهاز عرض الشرائح Slide . scanner وهو

جهاز بسيط يمكن تشغيله يدويا أو اتوماتيكيا ، وهو —زود بمصدر ضوئي قوى يكفى لظهار الصورة التي توضع أمام عدسة لتظهر على الشاشة ، مع مراعاة عدم اطالة مدة عرض الشريحة حتى لاتتأثر بالحرارة الناتجة عن استخدام المصدر الضوئي ، ويتم تحريك الشريحة على الجهاز للأمام أو الخلف يدويا أوأتوماتيكيا ، أو باستخدام مايعرف Remote Control ، وذلك بالضغط على زر المرسل الذى يحرك الشريحة للأمام أو الى الخلف ، وطبيعى يتم تغذية الجهاز بالتيار الكهربائى ، أو ببطارية قوتها كبيرة .

أما الأفلام الثابتة فتظهر عليها اللقطات الخاصة بالمرئيات متتابعة بشكل رأسى أو أفقى ، بعكس الشرائح التي تعتبر لقطات منفردة ، وكل لقطة تمثل صورة شفافة يمكن عرضها فى أى ترتيب ، وقد نستغنى عن بعضها أثناء عرضها بعكس الأفلام الثابتة ، فلا يمكن تغيير ترتيب اللقطات المصورة عليها ، أو الاستغناء عن عرض بعضها ، وعموما فإن اللقطات الثابتة لاتظهر الحركة ويمكن استخدامها فى تصوير التطورات والأفعال أو الممارسات أو الأحداث والتفاصيل التي تحدث فى تتابع ثابت ، وتتميز الافلام الثابتة بأنها غير مكلفة ، ويمكن انتاجها بسهولة ، وتفيد فى كثير من المجالات الاعلامية أو التعليمية أو التدريبية داخل الوحدات أو المؤسسات الانتاجية أو الخدمية حيث يمكن استخدامها بصورة فعالة عند القاء المحاضرات أو الدروس أو أثناء المناقشات أو الندوات ، ويفضل انتاج الشرائح أو الأفلام الثابتة الملونة لتسهيل فهم المعلومات واستيعابها ، وتعتبر من الطرق غير المكلفة للتوسع بقاعات الدرس أو الندوات أو المحاضرات لتشمل العالم كله ، وتكسبها الحيوية والتشويق وذلك عن طريق المعنى الواقعي الذى تضيفه المرئيات لتشويق جماهير العمال فى متابعتها واستيعابها .



هذه نماذج من الوسائل الصغيرة التي يمكن استخدامها لتوزيع المعلومات وتقديمها ، ويتوقف نجاحها في كثير من المجالات على الوفاء باحتياجات جماهير العمال ، وتحقيق رغباتهم واهتماماتهم ، لذلك لابد من تحديد احتياجاتهم واهتمامات جماهير العمال ، حتى يمكن أن تساهم في تحقيق الغرض المستهدف منها لخدمة التنمية ، خاصة وأن دورها يقوم على التفاعل وتحقيق مشاركة جماهير العمال في عملية الاتصال وبما يجعلها أكثر ديمقراطية أو أكثر تمثيلا لجماهير العمال لمواجهة كثير من المشكلات المتصلة بالبناء الطبقي لوسائل الاعلام خاصة وأن التطور التكنولوجي يستلزم بالضرورة تدريباً ووعياً عمالياً يمكن جماهير العمال من استخدام أدوات الانتاج ومستلزماته الاستخدام الأمثل ، والعناية بها ، والمحافظة عليها ، كما أن التطور الاجتماعي للعمال يستلزم بالضرورة توعيتهم بما يجعلهم قادرين على مواجهة تحديات العصر ، ومن بينها قصور الوعي العمالي ، وتفشي الأمية بنسبة كبيرة بينهم ولذلك تتعاون هذه الوسائل الصغيرة في توعية العمال بدورهم والفائدة التي تعود عليهم وعلى مجتمعهم من زيادة الانتاج وتحسينه وتوعيتهم بالسلوك الصناعي تجاه الآلات والمعدات وترفع مستواهم الفكري والثقافي بحيث يكون مضمونها نابعا من اطار دراسة خصائصهم وحاجاتهم وقدراتهم وميولهم وعلاقاتهم ، في الوقت الذي تعتبر فيه وسائل الاعلام القومية في حقيقة أمرها وسائل لتوزيع المعلومات ، وليست وسائل للاتصال ، لأن الاتصال يعني التفاعل والحوار والمشاركة ، هذا بالإضافة الى قلة اهتمامها بجماهير العمال ، فنجد على سبيل المثال أن البرامج العمالية لاتشكل سوى ٢ ٪ من اجمال الارسال الاذاعي و٢٠ ٪ من اجمالي الارسال التليفزيوني في مصر ، الأمر الذي يؤكد أهمية استخدام هذه الوسائل الصغيرة خاصة ويشير الخبراء الى أن استخدام عدة وسائل علاوة على الاتصال الشخص العادي والرسمي يكون له فاعلية أكبر في عملية الاقناع ، فوسائل الاعلام توفر المعلومات ، وعندما تتاح لجماهير العمال الفرصة



اجهزة الشفافيات والشرائح والافلام

لمناقشة هذه المعلومات يمكن الاستفادة منها ، وغالباً ماتؤدي الى قرارات جماعية ، ومثل هذه القرارات تكون أكثر اقناعاً من القرارات الفردية ، وتؤدي الى التنفيذ بسبب الضغط الجماعي ويشير جوزيف كلابر J.Klapper الى عدة نقائص هامة في هذا المجال ، من أهمها أن عرض المعلومات عرضاً متكاملًا عن طريق الحوار والمناقشة ثم المشاهدة أى تكامل الوسائل الشفهية والمرئية في عرض المعلومات يكون له دوره القوى والفعال وبصورة أقوى من أى وسيلة أخرى .

ولهذا يؤكد الخبراء على أن الاتصال الشخصي أو المواجهي أكثر فاعلية في مجال الاقناع وأن الوسائل السمعية أكثر فعالية من الوسائل المطبوعة ويشير Sill الى أن استخدام وسائل الاعلام مقترنة مع الاتصال الشخصي في ايقاع معين يؤدي الى احراز التغير السلوكي ولهذا تدرى أهمية البدء بالاتصال الاعلامي لجذب الانتباه والتعريف ونشر المعلومات عن طريق الوسائل المختلفة مقروءة أو مسموعة أو مسموعة مرئية ، يلي ذلك مرحلة المناقشة الجماعية لضمون هذه الوسائل ثم تأتي مرحلة الاتصال الشخصي Personel Communication وهذا الايقاع بنفس الترتيب يوفر الجهد ويحجل من سرعة التأثير أما العكس فيؤدي الى البطء (٢٥)

تكامل وسائل الاتصال :

ولقد ثبت بما لا يدع مجالاً للشك أن خير وسيلة للاتصال الناجح هي الجمع بين وسائل الاتصال الاعلامي وأساليب الاتصال الشخصي للوصول الى جماهير العمال بالمعلومات والأفكار والخبرات ولنجاح الاقناع بالتغير المستهدف أو المطلوب ليتم الاستفادة من أساليب الاتصال التقليدية أو المباشرة والتي تتفوق من حيث قدرتها على الاقناع وبلورة التعبير بينهما يتفوق الاتصال الاعلامي من حيث قدرته على اشاعة المعرفة ونشر المعلومات .

وتؤكد مختلف التجارب الدولية أن أقوى وأنجح أساليب التأثير في جماهير العمال وغيرهم هي التي تجمع بين الاتصال الاعلامي الذي يتميز بقدرته الفائقة على نشر المعلومات مقروءة أو مسموعة أو مرئية وبسرعة تفوق كل تصور والاتصال المباشر الذي يعتمد على كلمة الفم وعلاقة الوجه للوجه Face to Face Comm. من مصدر موثوق به وهو أقوى تأثيرا ويمكن من التغلب على عقبات النفور والملل وعدم الاهتمام وبالتالي ضمن مشاركة جماهير العمال وتفاعلهم مع قضايا العمل والانتاج والمثارة عبر الوسائل الاعلامية على اختلافها .

وتشير الدراسات الاعلامية الى العديد من التجارب الناجحة التي توضح هذا التكامل اذكر منها ما أشار اليه ولبرشرام لدور حلقات المناقشة الريفية المذاعة وذلك بطرح المشكلات أمام عمال الزراعة وبعد اذاعة المناقشات يُنصَح المستمعون فرصة مناقشتها والادلاء برأيهم فيها ، كذلك ما أشار اليه شرام لأبلغ مظاهر التكامل بين التليفزيون كوسيلة اعلامية تجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون ويعتبر خلاصة امكانيات وسائل الاعلام على اختلافها والاتصال المباشر داخل مايعرف بنوادى المشاهدة والتي خصصت لمحو الأمية الريفية في جنوب ايطاليا والتي بلغت مايقرب من ٤٠٠٠ نادى مشاهدة استوعبت مايقارب أكثر من ربع عدد الأميين المقدر باثنين مليون ايطالي كانوا شديدي المقاومة لفكرة التعليم حيث قدم التليفزيون برنامجا عنوانه (لاتزال هناك فرصة) أعد بعناية فائقة ليشبع اهتمامات الريفيين من أبناء وجنوب ايطاليا ومستخدمي كافة أساليب التشويق ، والفقرات الخفيفة والمرحة الى جانب المعلومات ومهارة القراءة والكتابة (٣٦)

وهذا الشكل من التكامل داخل مايعرف بنوادى المشاهدة جعل هناك استفادة قصوى من مضمون البرنامج وغالبا مايؤدي الى قرارات ومشاركات جماعية ومثل هذه القرارات تكون أكثر

١ اقناعاً من القرارات الفردية ، فاستخدام وسائل الاعلام
٢ أو أساليب الاتصال الاعلامي عن طريق الوسائل الصغيرة متكاملة
مع الاتصال الشخصي يزيد من المشاركة والتفاعل ولا ينقصه
رد الفعل الذي يحقق الفعالية المطلوبة والتأثير المستهدف .

ارتباط الاعلام العمالي بالتنمية :

اتفقت كل النظريات والبحوث والدراسات التطبيقية
على أهمية دور الاعلام في حياة المجتمع ، وأخذت وسائل
الاتصال على اختلافها تتركس حيزاً واسعاً من أنشطتها
وأهتماماتها للطبقة العاملة ، وقضاياها المختلفة والمرتبطة بالعمل
والانتاج ، بل أكثر من ذلك فقد نشأت الصحافة العمالية
وكذا البرامج العمالية في الراديو والتلفزيون لتخدم الطبقة
العاملة ، وتعبر عن واقعها ، وتعكس طموحاتها ، ومشاكلها ،
واكتسب الاعلام العمالي الموجه للعمال أومنهم اهتماماً متزايداً
في الآونة الأخيرة لأهمية دور هذه الطبقة المتميزة في البناء
الوطني ، وتحقيق التنمية الشاملة ، والتي يعتبر زيادة الانتاج
أهم محاورها ، وهناك علاقة وثيقة بين انتاجية العامل ومستواه
الفكري والثقافي ، ويتحمل الاعلام العمالي مسؤوليته الخاصة
في هذا المجال .

وعندما تتناول دور الاعلام العمالي في التنمية الشاملة وزيادة
الانتاج ينبغي أولاً أن نحدد مفهوم التنمية على المستوى المحلي
أو الوطني ، ومن ثم دور الاعلام العمالي فيها ، وبعبارة أكثر
وضوحاً ودقة ، هل يعد الاعلام العمالي عاملاً ايجابياً يدفع الى
مزيد من المعرفة ومزيد من الوعي لدى الطبقة العاملة ؟ ، وبالتالي
الى مزيد من التطور والتغير والتنمية ، أم أنه على خلاف ذلك
يشكل عاملاً سلبياً انطلقاً مما قد يقدمه من مضمون قد لا يرتبط
في المقام الاول مع اهتمامات واحتياجات الطبقة العاملة .

أو مما يقدمه من مضمون سطحي يبعث على المزيد من التسطح
الفكري ، وبالتالي الى المزيد من التخلف ... الخ ذلك من
أدوار مختلفة يؤديها الاعلام العمالي ؟

مفهوم التنمية الشاملة :

تعتبر التنمية هدف أساسي تسعى اليه الدولة بكل
امكاناتها لرفع شأن المواطنين ورفاهيتهم ، وتتعدد مفاهيم
التنمية لكنها تختلف باختلاف المنظور الذي يراها الباحثون
من خلاله فهناك المنظور السياسي والمنظور الاقتصادي والمنظور
الاجتماعي والديني والاداري ... الخ لكننا نرى أن من الأفضل
استخدام مصطلح التنمية الشاملة بصفته المطلقة دونما وصفه
بأي صفة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية لعدة أسباب من
أهمها أنه لا يمكن الفصل بين مختلف جوانب التنمية حيث
نكتشف على سبيل المثال جوانب اجتماعية في كل ظواهر
المجتمع (٢٧) كما أن هناك جوانب اجتماعية لعمليات التنمية
الاقتصادية (٢٨) وكلها تكون فيما بينها نسيجاً واحداً يشترك
فيه الناس على اختلاف فئاتهم ونرى أن المقصود بها خلق
ظروف النهوض وتهيئة عوامل التقدم لكل ظواهر المجتمع
عن طريق مساهمة أفراد وجماعاته مع الاستغلال الأمثل لكافة
الموارد والامكانيات المتاحة ووفقاً لأولويات معينة تحدد على
أساس مدروس لتحقيق التنمية الوطنية الشاملة والمستهدفة .

الاسلام والتنمية الشاملة :

يؤكد الاسلام على النظرة الشاملة للتنمية وطبيعتها في
الاسلام طبيعة شاملة ولب هذه العملية الشاملة والمتكاملة هو
الانسان نفسه لهذا تعني هذه النظرة بتنمية الموارد البشرية
وبيئتها المادية والثقافية والاجتماعية كما أن تنمية المجتمع
وسيلة لتحقيق رفاهيته وعدالة التوزيع بين أفراد كـ
أساسي من حقوق المجتمع على أفراد .

فالدعوة الى التنمية دعوة اسلامية على أسس سليمة لأنها عملية مستمرة شاملة ومتكاملة محورها الانسان ولا تتعارض مع تطوير المجتمع أو التنمية الشاملة لقوله تعالى في سورة الرعد (ان الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم) (٢٩) ، وبلغ الانسان أسى معانى التكريم لقوله تعالى في سورة الاسراء (ولقد كرمنا بني آدم وحملناهم في البر والبحر ورزقناهم من الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلا) (٤٠) ، وتعتبر التنمية في ظل النظام الاسلامي الشامل للحياة شاملة ومتكاملة لقوله تعالى (ما فرطنا في الكتاب من شيء) (١) وقوله عز من قائل (ونزلنا عليك الكتاب تبيانا لكل شيء وهدى ورحمة وبشرى للمسلمين) (٤٢) .

ولسنا في حاجة لنؤكد أن موقف الاسلام من التقدم والتطور والأخذ بأسباب مستحدثات العلم موقف واضح وأكده آيات كثيرة لقوله تعالى (قل هل يستوى الذين يعملون والذين لا يعملون) (٤٣) ، (انما يخشى الله من عباده العلماء) (٤٤) (شهد الله أنه لا اله الا هو والملائكة وأولو العلم قائما بالقسط لا اله الا هو العزيز الحكيم) (٤٥) والثابت في سنة المصطفى النكمة والمفصلة والمتمة لبيان معنى القرآن الكريم قوله صلى الله عليه وسلم (طلب العلم فريضة على كل مسلم) (ومن سلك طريقا يلتمس فيه علما ، سهل الله له به طريقا الى الجنة) (من خرج في طلب العلم فهو في سبيل الله حتى يرجع) (من سئل عن علم فكتمه ، الجحيم يوم القيامة بلجام من نار) (٤٦)

المدخل الحقيقي للتنمية :

يرى بعض الباحثين أن مدخل التنمية الحقيقي يتمثل في المشاركة الشعبية ليس فقط على المستوى الانتاجي بل أيضا على المستويين السياسي والاقتصادي (٤٧) ويرى عالم الاتصال الأمريكي المعروف دانييل ليرنر D. Lerner ، في دور

وسائل الاعلام مضاعفا للتنمية ، فوسائل الاعلام تعلم الجماهير هذا النوع من المشاركة حيث توضح لهم المواقف الجديدة وغير المألوفة وتطلعهم على سلسلة من المواقف يستطيعون الاختيار من بينها (١٨) ومن جهة أخرى يرى بعض الباحثين قسري دور وسائل الاتصال الجماهيري السبيل الى تقليص التخلف والتمهيد للتحديث والتنمية ، ولا يمكن تحقيق التنمية بدون استخدام وسائل الاعلام الحديثة وتكاملها مع أساليب الاتصال التقليدية على المستويات القومية وبدون هذا الاتصال يكون الأسفل ضعيف في أن نصل الى أهداف التنمية المطلوبة في الوقت المحدد ، خاصة ونعلم أنه لا يمكن تحقيق التنمية بدون أحداث التغييرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أو بدون ادخال الافكار أو العلاقات الاجتماعية الجديدة والقيم الحضارية فالتنمية عملية مشاركة على نطاق واسع في التغييرات الاجتماعية في المجتمع تستهدف تحقيق التقدم الاجتماعي والمادي ... الخ

الاعلام العالي وتنمية المجتمع :

يستطيع الاعلام العالي خلق جو ملائم للتنمية بأن يوفر المعلومات لجماهير العمال وأن يعمل على تنوعها ، كما يوسع أفاقهم ويركز انتباههم على أهداف التنمية واتجاهاتها ومشكلاتها ويبعث الطموحات المشروعة الفردية والقومية ويخلق مناخا فكريا يحفز جماهير العمال على إعادة النظر في أساليب حياتهم ومفاهيمهم نحو الأفضل لأن مشاركتهم كجزء هام وكفئة منظممة ومتميزة من فئات المجتمع شرط أساسي لزيادة الانتاج وشرط أساسي لانجاح عملية التنمية المستهدفة .

وهكذا يرتبط الاعلام عامة والعالي بصفة خاصة ارتباطا مباشرا بالتنمية وزيادة الانتاج ، كما يعمل جنبها الى جنب الجهود القومية الأخرى في المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في نشر المعلومات والحقائق والأفكار التنموية وتفسيرها وتحليلها بهدف زيادة وعي الطبقة العاملة بها فضلا عن خلقه ودعمه للاتجاهات

التنمية وتغيير الاتجاهات البالية وتطوير وترشيد أنماط السلوكيات المواكبة لعملية التنمية وزيادة الانتاج والانتاجية وفى الوقت الذى تتعدد فيه الأساليب التنموية طبقا لنوع المشكلات وحجمها وطبقا للأهداف المقررة فى الخطط التنموية وطبقا للظروف البيئية المحيطة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية إلا أن هناك أسلوب واحد لا اختلاف عليه دون هذه الأساليب جميعا هو أسلوب الاعلام من أجل التنمية وزيادة الانتاج والانتاجية ، فوسائل الاعلام هى بوضوح الموارد الأساسية للمجتمعات العمالية وغيرها والتي تريد تحقيق التطور والتقدم والتنمية الشاملة بسرعة حيث تصل هذه الوسائل برسائلها الى معظم جماهير الطبقة العاملة بأسرع وأرخص ما يمكن (٤٩) ،

ولقد تعرض كثير من الباحثين فى مجالات انتاجية وخدمية متعددة لدراسة دور الاعلام فى التنمية وزيادة الانتاج وتحسين مستوى الخدمات وتطرق كل باحث الى زاوية من زوايا هذه القضية فى محاولات جادة لوضع تصورات محددة لدور الاعلام فى التنمية الوطنية ويشير علماء الاتصال والاعلام الى أن هذه القضية تركز على العديد من الركائز أهمها الاعتراف المتزايد بالدور الذى تقوم به وسائل الاعلام فى المجتمعات على اختلافها تقليدية أو انتقالية أو متحضرة واضعين فى الاعتبار اختلاف الاحتياجات الاعلامية لكل منها وأنه لا حدود لجدوى وسائل الاعلام فى التنمية الوطنية حيث تفرض طبيعة التنمية مهام متعددة تستطيع وسائل الاعلام أن تؤديها مباشرة أو تعاون فى أدائها ولهذا فالعبرة ليست بازدياد وانتشار الوسائل بأعداد كبيرة وإنما العبرة بالتحديد الدقيق لدور هذه الوسائل المستهدف واستخدامها بصورة واعية وإيجابية لتحقيق هذه الأهداف آخذين فى الاعتبار طبيعى المجتمعات ونوعية مشكلاتها ومدى استجابة جماهيرها لمتطلبات التنمية حيث تستلزم عملية التنمية ضرورة مشاركة كافة أفراد المجتمع (٥٠)

وهنا يجب أن نشير الى أن جماهير العمال على اختلاف مستوياتها ووظائفها وعلى ضوء قول الله عز وجل (وفي ذلك فليعمل العاملون) نقرر بما لا يدع مجالا للشك أن محور التنمية الشاملة يتركز على دور البشر المنتجين ، فالإنسان العامل هو اللبنة الأساسية والهامة التي تقوم عليها المجتمعات وهو فكرها المخطط وقوتها المنفذة ، وكلما صلح هذا الإنسان واستقام بناؤه واكتملت قيمة صلح المجتمع ونما وتطوّر والعكس صحيح .

ومن هنا يأتي دور الاعلام العمالي في تعبئة هذه الموارد البشرية التي تتطلب قدرا من الاهتمام بما تعرفه هذا بالاضافة الى رفع مستواهم التدريبي والمهاري وحث الأمل في نفوسهم والعمل على استمرار تحسين صحتهم العقلية والبدنية خاصة ونعلم أن تحقيق الأهداف التنموية الطموحة لزيادة الانتاج والانتاجية عماده في التحليل الأخير العامل ، فهو أساسها ومحورها وهو نفس الوقت هدفها الذي تسعى من أجل استعادته ونعلم أن أحدث الآلات تظل أجسادا هامة ، وأخصب الاراضي تظل بورا مالم تمسها يد العامل الماهر ، فمالم تنم أفكار ومعلومات ومهارات وممارسات وطاقات جماهير العمال فلن نستطيع تنمية أى شئ آخر .



مراجع الجزء الثانى :

- ١ - كامل زهيرى ، موقع الصحافة العمالية فى صحافتنا العربية وأهميتها دعمها ، فى منظمة العمل العربى ، الندوة العربية الاولى للصحافة العمالية والاعلام فى مجال العمل ، القاهرة ١١ - سبتمبر ١٩٧٦ ص ٤٧٨
- ٢ - د. جيهان رشتى ، نظم الاتصال ، الجزء الاول ، الاعلام فى الدول النامية ، دار الفكر العربى ، ص ١٤٠
- ٣ - سجاد الغازى ، حرية الرأى والصحافة فى الوطن العربى الدراسات الاعلامية عدد ٥٨ ، مارس ١٩٩٠ ، ص ٢٨
- ٤ - كامل زهيرى ، مرجع سابق ، ص ٤٨٩
- ٥ - د. ابراهيم امام ، دراسات فى الفن الصحفى ، الانجلو المصرية ص ٢٢٧ - ٢٢٨
- ٦ - د. سمير محمد حسين ، متخل الاعلان ، الطبعة الاولى ، دار الشعب ، ١٩٧٣ ، ص ٢٤٥
- ٧ - محمود علم الدين ، المجلة ، تعريفها وأنواعها ، سياتها العدد الرابع مجلة النيل ، الهيئة العامة للاستعلامات ، ابريل ١٩٨٠ ص ٥٦
- ٨ - الهيئة العامة للاستعلامات ، القانون رقم ١٨٤ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة ، مطابع الهيئة العامة للاستعلامات ص ٧
- ٩ - أسرة تحرير مجلة العمل ، أضواء على مسيرة العمل فى ٢٥ عاما ، العدد ٢٨٥ من كتاب العمل ، القاهرة ، يناير ١٩٨٨ ، ص ٢

- ١٠ - العيد الفضي للاتحاد العام لنقابات عمال مصر (١٩٥٧ -
١٩٨٢) ، القاهرة ، مطابع شركة الاعلانات الشرقية
٧٦
- ١١ - واقع الاعلام والصحافة العمالية في العراق ، في منظمة
العمل العربية ، الندوة العربية الاولى للصحافة العمالية
والاعلام في مجال العمل ، مرجع سابق ص ٢٠١
- ١٢ - الاتحاد العام لنقابات عمال العراق ، وعي العمال ، العدد
٧٨١ ، أغسطس ١٩٨٨ ص ١٣
- ١٣ - تقرير حول الاعلام والصحافة العمالية في الجمهورية العربية
السورية في الندوة العربية الاولى للصحافة
العمالية مرجع سابق ص ٥٥٠
- ١٤ - عبد الكريم ابراهيم الامين (اختيار المواد الثقافية
لمكتبة عمالية) في مكتب العمل العربي ، مجموعة
محاضرات الدورة التدريبية حول كيفية تنظيم المكتبات
العمالية ، بغداد ، المدة من ٥ - ٢٤ كانون ثاني ١٩٨٠
مطبعة مؤسسة الثقافية العمالية ص ١٥١
- ١٥ - روجر م. بسفليد (الابن)
فن الكاتب المسرحي ، مطبعة نهضة مصر ١٧٨ ط ١
- ١٦ - أمين عز الدين ، الوثائق التاريخية للحركة العمالية المصرية
١٨٥٦ - ١٩٧٠ المجلد الاول ، مطابع الجامعة العمالية
٢١
- ١٧ - سعد لبيب . البرامج العمالية الصحفية والتعليمية في الراديو
والتليفزيون - مذكرات - شعبة الاعلام بالجامعة العمالية
١٩٩٠/٨٩ ص ١

١٨ = اتحاد الاذاعة والتليفزيون ، الخطة الاعلامية العامة ١٩٩٠/٨٩

مطابع الاهرام - بكورنيش النيل ، ص ٨٥

٢٠ = د. جيهان ر شتى - الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، دار

الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص ٢٤٢

٢١ = شعبة الاعلام بالجامعة العمالية ، موقف النقابيين من البرامج

العمالية فى التليفزيون دراسة على العمال الدار سين

بالجامعة العمالية ، مارس ١٩٩٠ .

٢٢ = مراقبة البحوث - هيئة اذاعة ج ع م ، الاستماع الاذاعى

بين العمال الصناعيين دراسة ميدانية على عينة من العمال

الصناعيين فى ست محافظات ، تتناول خصائصهم

عادات استماعهم ، ميولهم ، اتجاهاتهم ، آرائهم

ومقترحاتهم ، ادارة بحوث المستمعين ، يناير ١٩٦٩

ص ٢٢٢ - ٢٣٤

٢٣ = وزارة الاعلام ، يوم الاثنين الاول ، (٣ مايو ١٩٨٤ ، فى

ذكرى اليوبيل الذهبى للاذاعة المصرية ٣١ مايو (١٩٣٤

١٩٨٤) ، مطابع الاهرام التجارية ص ٢٤ - ٢٥

٢٤ = عبد المجيد شكرى ، الاذاعات المحلية لفة العصر ، الفن

الاذاعى العدد ١١٢ يناير ١٩٨٧ ص ٢٢

٢٥ = مراقبة البحوث . هيئة الاذاعة . مرجع سابق

ص ٢٥٧

٢٦ = مراقبة البحوث . هيئة الاذاعة . مرجع سابق

٢٧ = مراقبة البحوث . هيئة الاذاعة مرجع سابق

٢٨ = مراقبة البحوث . هيئة الاذاعة مرجع سابق

٢٩ = اتحاد الاذاعة والتلفزيون تقويم برامج الاذاعة ١٩٨٠
بحث تقييم برامج الاذاعة والتلفزيون لعام ١٩٨٠
ص ٢٦

٣٠ = مراقبة البحوث ، هيئة اذاعة ج . م . ع مرجع سابق
ص ٢٦٦

٣١ = د. جيهان أحمد رشتي - مرجع سابق ص ٥٤ - ٥٥

٣٢ = سعد لبيب . دراسات في الفنون الاذاعية - بغداد
معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني مطبعة
الاديب ص ١٨٩ - ١٩٢

(٢٣ ، ٢٤) د. جيهان رشتي تكنولوجيا الاتصال الجديدة
وقضيته الحق في الاتصال ، في دائرة الشؤون
الثقافية ، حق الاتصال ، في اطار النظام
الاعلامي الجديد ، أبحاث ودراسات قدمت
الى الندوة العربية لحق الاتصال في بغداد في
المدة من ٢٦ - ٣٠ ابريل ١٩٨١
مؤسسة الخليج للطباعة والنشر ١٩٨٢ ص ٥٢ - ٥٤

- (٢٥) Dave Peers Beryl richards, Say it with Video , A guide for Trade unionists, WEA, London, 1980, p.16
- (٢٦) د. ابراهيم امام - الاعلام الاتصالي والتلفزيوني دار الفكر العربي ، ص ١١٨
- (٢٧) د. محمد معوض - دور التلفزيون العربي في التنمية الاجتماعية في الريف المصري مرجع سابق ص ٤٦ .
- (٢٨) د. احمد عمر وآخرون المربع في الارشاد الزراعي - دار النهضة العربية ١٩٨٣ ص ١٠٠ .
- (٢٩) قرآن كريم - سورة الرعد - الآية الى
- (٤٠) قرآن كريم - سورة الاسراء الآية ٧٠
- (٤١) قرآن كريم - سورة الانعام الآية - ٣٨
- (٤٢) قرآن كريم - سورة النحل الآية ١٩
- (٤٣) قرآن كريم - سورة الزمر آية ٩
- (٤٤) قرآن كريم - سورة فاطر الآية ٢٨
- (٤٥) قرآن كريم - سورة آل عمران ١٨
- (٤٦) حديث شريف - الامام ابى زكريا يحيى بن شرف النووي الدمشقي رياض الصالحين ، مؤسسة الرحالة ١٤٠٠ هـ - ١٩٨٠ م
- ص ٢٨٤ ٢٨٧

(٤٧) د. السيد محمد الحسينى وآخرون ، دراسات فى التنمية
الاجتماعية ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، دار المعارف ١٩٧٧
ص ٤٠

(٤٨) Lerner, D. The passing of Traditional
Society, Modernizing the Middle East,
New York, Free Press, 1958, p. 54.

(٤٩) محمد معوض ، دور التلفزيون العربى فى التنمية الاجتماعية
فى الريف المصرى دراسة تطبيقية ، ماجستير ، كلية
الاعلام جامعة القاهرة ١٩٧٩ ، ص ٤٠

(٥٠) د. سمير محمد حسين ، الاعلام والاتصال الجماهير والرأى
العام ، مرجع سابق ، ص ٢١٢ - ٢١٥



الفهرس

صفحة

٥

١

٣

٧

من ٧٦:١٩

من ٢٧:١٣

من ٧٦:٢٨

الاهدا

تقديم

مقدمة للكتاب

مقدمة المؤلف

الجزء الاول

مدخل للاعلام العمالي

أنواع الاعلام العمالي

* الاعلام الموجه الى العمال

* الاعلام الموجه الى الراى العام

وسائل الاعلام العمالي وتأثيره

الاعلام العمالي ظاهرة اجتماعية قديمة

ظهور المطبعة :

مصر أول دولة عربية تعرف الصحافة

الصحافة المتخصصة

الراديو

أول اذاعة مصرية :

الصور المتحركة :

الايهام بالحركة

عرض أول فيلم سينمائي فى العالم

العمل والسينما :

السينما فى مصر

الفيلم الناطق

الفيلم الملون

أنواع الانتاج السينمائي

التلفزيون المصري

التلفزيون المحلي :

امكانيات وتطورات جديدة :

اسطوانات الفيديو :

الميكرو فيديو كاسيت

انتشار الفيديو في مصر

التلفزيون السلكي :

الارسال التلفزيوني المزدوج

الارسال التلفزيوني المنفرد

الاتصالات الفضائية :

الشبكات العالمية للاتصالات الفضائية :

الشبكة العربية للاتصالات الفضائية وامكانياتها :

مصر والاتصالات الفضائية :

أول رسالة تلفزيونية يستقبلها التلفزيون المصري

بث أول رسالة في مصر لليابان عبر الاقمار الصناعية

التلفزيون المصري يستقبل نشرتي شبكة E V N

تلفزيون أوروبا الغربية

عربسات بنقل برامج التلفزيون المصري

مراجع الجزء الاول

الجزء الثاني :

اولا : الصحافة العمالية

تأخر ظهور الصحف العمالية العربية

أنواع الصحف والمجلات العمالية

صحف الحائط :

الكتب العمالية

معوقات الكتاب العمالي

المكتبات العمالية .

صحف الحركة النقابية المصرية ومطبوعاتها .

صحف ومجلات النقابات العامة

صحف الاتحاد العام لنقابات العمال

صحف الهيئات التابعة للاتحاد العام لنقابات العمال :

منشورات صحفية :

أخبار - الثقافة العمالية

وزارة القوى العاملة والصحافة العمالية :

مجلة العمل .

ثانيا : البرامج العمالية فى الاذاعة والتلفزيون من ١٤١ : ١٦٥

(أ) برامج الراديو من ١٤٥ : ١٥٧

الاستماع الى برامج الراديو

جماهير المستمعين من العمال

البرامج الريفية وعمال الزراعة

مدى الاستفادة من البرامج العمالية

البرامج العمالية وعادات المستمعين

أهمية اشتراك العمال فى برامجهم .

أنسب الاساليب لتقديم البرامج العمالية (التمثيليات

والمعوقات الاذاعية) السؤال والجواب .

تنمية مهارات العمال وإطلاعهم على أحدث اتجاهات فى

تخصصاتهم .

(ب) البرامج العمالية فى التلفزيون : من ١٥٧ : ١٦٥

موقف النقابيين من البرامج العمالية :

المجال البشرى والجغرافى للدراسة

منهج الدراسة ونوعيتها

أسلوب وأداة جمع بيانات الدراسة .

نتائج الدراسة :

حجم مشاهدة البرامج العالية في التلفزيون
مدى الاستفادة من البرامج العالية
الرأى حول الطريقة والاسلوب الذى تقدم به البرامج العالية
الوقت المناسب لتقديم البرامج العالية .

ثالثا : الوسائل المحلية الصغيرة : من ١٩٨٧ : ١٩٩٢

نماذج من الوسائل الصغيرة

أجهزة الكابل

الافلام القليلة التكاليف

الشرائح والافلام الثابتة

تكامل وسائل الاتصال

ارتباط الاعلام بالتنمية

مفهوم التنمية الشاملة : من ١٩٨٧ : ١٩٩٢

الاسلام والتنمية الشاملة

المدخل الحقيقى للتنمية

الاعلام العمال وتنمية المجتمع :

مراجع الجزء الثانى من ١٩٨٧ : ١٩٩٢

10

10

10

أحمد سليمان أحمد



(طبع بمطابع الجامعة العمالية / مدينة نصر / القاهرة)